PUBLICACIONES RECIENTES PIEB

Municipalismo de base estrecha. La Guardia, Viacha, Quillacollo: La difícil emergencia de nuevas élites
Diego Ayo Saucedo (coord.), Marcia Fernández Morales y Ana Kudelka Zalles
PIEB y Embajada del Reino de los Países Bajos

Chulumani flor de clavel. Transformaciones urbanas y rurales, 1998-2012
Alison Spedding Pallet (coord.), Gumercindo Flores Quispe y Nelson Aguilar López
PIEB y Embajada del Reino de los Países Bajos

Migrantes, paisanos y comerciantes. Prácticas sociales y económicas en la Zona Franca de Cobija (1998-2011)
Carol Carlo Durán (coord.), Cesar José Aguilar Jordán, Laurimar Ventura Ecuari e Ignacio Silvestre Arauz Ruiz
PIEB y Embajada del Reino de los Países Bajos

Redes económicas y sociales del transporte interprovincial en Santa Cruz. Estudio exploratorio
Dunia Sandoval Arenas (coord.), Fabiana Chirino Ortiz y Julio César Gutiérrez Guzmán
PIEB y Embajada del Reino de los Países Bajos

Diseño institucional e incentivos implícitos en la descentralización boliviana (1994-2008)
Gover Barja Daza (coord.), Sergio Villarroel Börth y David Zavaleta Castellón
PIEB, Embajada del Reino de los Países Bajos y MpD-UCB

Los ciclos recientes en la economía boliviana. Una interpretación del desempeño económico e institucional (1989-2009)
Horst Grebe López (coord.), Mauricio Medinaceli Monrroy, Rodrigo Fernández Ortiz y Cristina Hurtado de Mendoza
PIEB, Embajada del Reino de los Países Bajos e Instituto PRISMA

La brecha ahorro-inversión y la olvidada agenda de transformación productiva con equidad (1989-2009)
Alfredo Seoane Flores (coord.) y Fernanda Wanderley
PIEB, Embajada del Reino de los Países Bajos y CIDES-UMSA

Suficiencia y eficacia de la inversión en Bolivia. Análisis macro y microeconómico (1989-2009)
Rubén Ferrufino Goitia (coord.), Iván Velásquez Castellanos y Marco Gavincha Lima
PIEB, Embajada del Reino de los Países Bajos y Fundación Milenio

Usted está por leer el primer libro del Colectivo "Vas a disculpar". La intención de este libro ha sido ubicar los procesos y espacios del comercio en la larga historia de exclusión y discriminación, y (re)acciones creativas; entender quiénes son los actores y cuáles son las dinámicas de la economía popular boliviana y enfrentar categorías analíticas e imaginarios sociales que han construido las representaciones de estos actores.

Un punto de partida del proceso de investigación fue ubicar las dinámicas y actores del comercio popular en la coyuntura macroeconómica de Bolivia. Algo que surge con relativa claridad es que hay una mayor circulación de dinero en el país, pero ya no necesariamente en las manos de los mismos grupos sociales. En parte, este crecimiento económico se ha debido al aumento de los precios de hidrocarburos y minerales, complementado por las políticas de redistribución (entre otros factores). Estos procesos macroeconómicos crearon las condiciones de un desborde económico popular en el que los comerciantes populares respondieron a los incrementos en la demanda de "nuevos consumidores" y la oferta de productos baratos producidos en China.

¿Qué les permite participar en un contexto económico de alta fluidez, dinamismo y volatilidad? La respuesta no estaba exclusiva o estrechamente en una racionalidad económica *per se*, sino en las instituciones y prácticas culturales y locales que han definido estos espacios y actores. Estas instituciones y prácticas han servido de anclaje social y permitido a los comerciantes populares participar en el capitalismo global en sus propios términos.

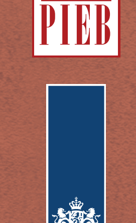
Juan Manuel Arbona

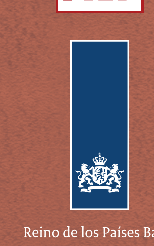
ISBN: 978-99954-57-62-4

2013

"HACER PLATA SIN PLATA"











"HACER PLATA SIN PLATA"

El desborde de los comerciantes populares en Bolivia

Nico Tassi
Carmen Medeiros
Antonio Rodríguez-Carmona
Giovana Ferrufino

El Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB) nació en 1994. El PIEB es un programa autónomo que busca contribuir con conocimientos relevantes y estratégicos a actores de la sociedad civil y del Estado para la comprensión del proceso de reconfiguración institucional y social de Bolivia y sus regiones; y para incidir en políticas públicas orientadas a favorecer el desarrollo sostenible y el fortalecimiento de la democracia. Por otro lado, desarrolla iniciativas para movilizar y fortalecer capacidades profesionales e institucionales de investigación con el objetivo de aportar a la sostenibilidad de la investigación en Bolivia. El Programa cuenta con el apoyo de la Embajada del Reino de los Países Bajos.

Para el PIEB, la producción de conocimiento, científico y tecnológico, así como la sostenibilidad de la investigación son factores importantes para promover procesos de cambio en Bolivia. Desde ese enfoque, el PIEB considera que la calidad de las políticas y programas de desarrollo así como el debate de los problemas de la realidad nacional y sus soluciones pueden tener mayor incidencia si se sustentan en conocimientos concretos del contexto y de la dinámica de la sociedad, y en ideas, argumentos y propuestas, resultado de investigaciones.

El trabajo del PIEB se desarrolla a partir de tres líneas de acción:

- Investigación estratégica: Apoya la realización de investigaciones a través de convocatorias sobre temas estratégicos para el país, sus instituciones y sus actores. Estos concursos alientan la conformación de equipos de investigadores de diferentes disciplinas, con la finalidad de cualificar los resultados y su impacto en la sociedad y el Estado.
- Difusión, uso e incidencia de resultados: Crea condiciones para que el conocimiento generado por la investigación incida en políticas públicas, a través de la organización de seminarios, coloquios, talleres; la publicación de boletines y libros; y la actualización diaria de un periódico especializado en investigación, ciencia y tecnología (www.pieb.com.bo).
- Formación y fortalecimiento de capacidades: Contribuye a la sostenibilidad de la investigación en el país a través de la formación de una nueva generación de investigadores, la articulación de investigadores en redes, colectivos y grupos; y el fortalecimiento de capacidades locales, con énfasis en el trabajo con universidades públicas del país.

En todas sus líneas de acción el PIEB aplica de manera transversal los principios de equidad de género, inclusión, derechos de sectores excluidos y lucha contra la pobreza.

“Hacer plata sin plata”

El desborde de los comerciantes populares en Bolivia

"Hacer plata sin plata"

El desborde de los comerciantes populares en Bolivia

Nico Tassi
Carmen Medeiros
Antonio Rodríguez-Carmona
Giovana Ferrufino



Programa
de Investigación
Estratégica en Bolivia



La Paz, 2013

Esta investigación y publicación cuentan con el auspicio de la Embajada del Reino de los Países Bajos.

Tassi, Nico
"Hacer plata sin plata". El desborde de los comerciantes populares en Bolivia / Nico Tassi; Carmen Medeiros; Antonio Rodríguez-Carmona; Giovana Ferrufino. -- La Paz: Fundación PIEB, 2013.
xviii; 286 p.; fots.;cuads.; maps.; grafs.: 23 cm. -- (Serie Investigación)

D.L.: 4-1-1725-13
ISBN: 978-99954-57-62-4 : Encuadernado

COMERCIO / COMERCIO POPULAR / COMERCIO INFORMAL / ECONOMÍA POPULAR / ECONOMÍA INFORMAL / COMERCIANTES / COMERCIANTES POPULARES / FLUJOS COMERCIALES / FLUJOS DEL COMERCIO POPULAR / ESPACIOS COMERCIALES / CONTRABANDO / REDES COMERCIALES / REDES SOCIALES / ALIANZAS COMERCIALES / BANCOS / CRÉDITO COMERCIAL / TRANSPORTE / CAPITAL PLANTADO / CAPITAL ROTATORIO / NEGOCIOS / GESTIÓN FINANCIERA / REDISTRIBUCIÓN / RUBROS / MERCADOS / IMPORTACIÓN / EXPORTACIÓN / DESARROLLO ECONÓMICO / CRECIMIENTO ECONÓMICO / INTERSTICIOS / FRONTERAS / ACTORES DEL COMERCIO / EXCLUSIÓN / DISCRIMINACIÓN /

1. título **2.** serie

Edificio Fortaleza. Piso 6. Oficina 601
Avenida Arce 2799, esquina calle Cordero
Teléfonos: 2432582 - 2431866
Fax: 2435235
Correo electrónico: fundacion@pieb.org
Página web: www.pieb.org
Periódico Digital: www.pieb.com.bo
Casilla 12668
La Paz, Bolivia

Edición: Beatriz Cajías

Diseño gráfico de cubierta: PIEB

Diagramación: Alfredo Revollo Jaén

Fotografía de portada: Nico Tassi

Impresión:

Impreso en Bolivia
Printed in Bolivia

Índice

Índice de gráficos y cuadro

Índice de mapas

Presentación

Con el objetivo de comprender las reconfiguraciones económicas y sociales que se están produciendo tanto en sectores indígenas campesinos como populares, en su articulación territorial urbano rural, con incidencia en la economía y la estructura social local, regional y nacional, el Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB) promovió y ejecutó la convocatoria "Reconfiguración económica y social en la articulación urbano-rural de Bolivia: 1998-2010", con el auspicio de la Embajada del Reino de los Países Bajos.

Como resultado de la selección de los proyectos presentados a la convocatoria, seis equipos de profesionales investigaron durante diez meses, entre mayo de 2012 y marzo de 2013, la emergencia de nuevas élites, el potenciamiento de determinadas actividades económicas, las nuevas formas de organización empresarial, las modalidades de acumulación y otros fenómenos de alta incidencia, en los departamentos de La Paz, Pando, Cochabamba, Santa Cruz y Potosí.

En esta oportunidad, el PIEB presenta la publicación de los resultados de cinco investigaciones que se aproximan al tema desde diferentes miradas y actores: *"Hacer plata sin plata". El desborde de los comerciantes populares en Bolivia*, coordinada por Nico Tassi; *Municipalismo de base estrecha. La Guardia, Viacha, Quillacollo: La difícil emergencia de nuevas élites*, coordinada por Diego Ayo Saucedo; *Chulumani flor de clavel. Transformaciones urbanas y rurales, 1998-2012*, coordinada por Alison Spedding Pallet; *Migrantes, paisanos y comerciantes. Prácticas sociales y económicas en la Zona Franca de Cobija (1998-2011)*, coordinada por Carol Carlo Durán; y *Redes económicas y sociales del transporte interprovincial en Santa Cruz. Estudio exploratorio*, coordinada por Dunia Sandoval Arenas.

Destacamos la relevancia y actualidad de los hallazgos de las investigaciones. Cada una contribuye a una mejor comprensión de los protagonistas que cotidianamente están en mercados, centros comerciales, carreteras, pueblos, ciudades y municipios del país; y a su vez, proporcionan insumos para futuras investigaciones sobre un tema muy conocido desde el sentido común, pero poco atendido, hasta ahora, por las ciencias sociales y económicas.

Invitamos entonces a la lectura de las investigaciones que nos introducen al tramado de factores que sustentan la formación y desarrollo de los nuevos grupos económicos y sociales en su articulación con la economía nacional y global.

Godofredo Sandoval
Director del PIEB

Prólogo

Usted está por leer el primer libro del Colectivo "Vas a disculpar". Este libro ha sido producto de un esfuerzo conjunto, fruto de un diálogo entre personas de diferentes disciplinas académicas con la intención de comprender el país un poco mejor. Largos cafés, amenos almuerzos, intensas sesiones de reflexión y debate, un infinito vaivén de correos electrónicos con borradores, ideas y bibliografía encontrada, así como discusiones virtuales por *skype* alimentaron el proceso de trabajo colectivo. No estuvimos juntos todo el tiempo, pero pusimos nuestras mejores energías en producir pensamiento colectivamente, y no simplemente en formar un equipo de investigadores que se reparten los capítulos de un libro. Hemos buscado una dinámica de trabajo colectivo de investigación, basada en la complementariedad de miradas y el intercambio de roles. La intención de este libro ha sido ubicar los procesos y espacios del comercio en la larga historia de exclusión y discriminación, y (re)acciones creativas; entender quiénes son los actores y cuáles son las dinámicas de la economía popular boliviana y enfrentar categorías analíticas e imaginarios sociales que han construido las representaciones de estos actores.

Un punto de partida del proceso de investigación fue ubicar las dinámicas y los actores del comercio popular en la coyuntura macroeconómica de Bolivia. Algo que surge con relativa claridad es que hay una mayor circulación de dinero en el país, pero ya no necesariamente en las manos de los mismos grupos sociales. En parte, este crecimiento económico se ha debido al aumento de los precios de hidrocarburos y minerales, complementado por las políticas de redistribución (entre otros factores). Estos procesos macroeconómicos crearon las condiciones de un desborde económico popular en

el que los comerciantes populares respondieron a los incrementos en la demanda de "nuevos consumidores" y la oferta de productos baratos producidos en China. Esto nos dio pie para comenzar a hacer trabajo de campo etnográfico. A medida que compilábamos datos, nos dimos cuenta que era difícil comprender cómo se organizan internamente los espacios comerciales o cómo los comerciantes se relacionan con el Estado o consorcios familiares chinos, sin ubicar la larga historia de prácticas coloniales y de subalternización, las reacciones creativas frente a esas prácticas, y sus expresiones en el espacio urbano. Gran parte de nuestro aprendizaje provino de las y los comerciantes populares que nos cedieron el tiempo para explicar y matizar sus múltiples actividades. Estos actores nos abrieron las puertas para aprender sobre formas de construcción de espacios propios de ciudadanía en el contexto de esta larga historia de exclusión y discriminación.

El grueso del trabajo se enfoca en las y los actores y dinámicas de la economía popular boliviana. Lo que se denomina como "economía informal" o contrabando es una compleja dinámica entre múltiples tipos de actores jerarquizados, participando en actividades económicas locales, regionales e internacionales que alimentan activamente densas redes sociales. En este sentido, no son tan "informales" como se suelen categorizar. No son tan víctimas indefensas como se los ha mirado, ni tan capitalistas desalmados como se los quiere presentar. Estos actores han aprendido a leer cómo las clases pudientes crearon espacios y estructuras políticas para mantener sus privilegios, (re)accionar creativamente frente a estas condiciones y crear estrategias pertinentes a la coyuntura. Esta primera exploración de la superficie vino acompañada de otra pregunta: ¿cómo lo hacen? ¿Qué les permite participar en un contexto económico de alta fluidez, dinamismo y volatilidad? La respuesta no pasa porque hayan adoptado los estándares del comercio internacional o apliquen las recetas de las maestrías en administración de negocios. Todo lo contrario. La respuesta no estaba exclusiva o estrechamente en una racionalidad económica *per se*, sino en las instituciones y prácticas culturales y locales que han definido estos espacios y actores. Estas instituciones y prácticas han servido de anclaje social y permitido a los comerciantes populares participar en el capitalismo global en sus propios términos. Esto no necesariamente quiere decir que es

una fórmula infalible del éxito o que llevará a Bolivia al desarrollo (o fracaso) económico.

Como investigadores, estábamos conscientes del poder de las categorías académicas y la construcción de un sentido común de ciertos sectores de la sociedad (del que no somos ajenos) hacia el comercio popular. En cierta forma, esto informó nuestro interés y proporcionó elementos para contrastar lo que escuchábamos y veíamos, lo que nos llevó a cuestionarnos y enfrentar categorías analíticas e imaginarios sociales, con el único propósito de intentar entender a estos actores y dinámicas en sus propios términos. Este afán constituyó, de hecho, un proyecto paralelo que nos obligó a ser más auto-reflexivos sobre nuestro papel de investigadores en un contexto tan complejo como es el boliviano. No por ello descartamos las categorías (la gran mayoría, generada para entender otros espacios, actores, o momentos), pero sí quisimos retarnos a entender cómo son usadas y cuán adecuadas son para comprender la realidad boliviana. Por otro lado, los imaginarios que representan a estos actores son más complejos de abordar, en la medida que se basan en "verdades naturalizadas" o sentido común que han ayudado a definir ciertos sectores y explicar las razones de las inequidades sociales (o el subdesarrollo) a partir de las falencias del otro. Los imaginarios también han sido cruciales a la hora de definir qué y cómo se observa y analiza o, más bien, qué fenómenos merecen la pena ser investigados. Por tanto, pretender enfrentar estos imaginarios ha implicado reacciones cuestionando nuestra motivación o posicionamiento objetivo, y acusaciones de afinidad ciega al MAS o que "romantizamos a esos contrabandistas". Entendemos de dónde vienen, pero no va por ahí.

En fin, este trabajo va dirigido a las generaciones de investigadores e investigadoras que están formándose en los distintos centros universitarios del país. Nos gustaría transmitir el mensaje de que hay otras formas de hacer investigación. Ser investigador no significa convertirse en experto o experta con carta blanca para hablar en nombre del otro y pretender normar lo que debería ser o hacer sin entender cómo y porqué hace lo que hace. Además, el trabajo de investigación puede ser un proceso colectivo de perpetuo aprendizaje. Esperamos que este trabajo sea un punto de partida de una larga discusión sobre actores y dinámicas económicas, sociales y culturales del comercio

popular; sobre cómo está cambiando el país en formas que no nos imaginamos; sobre cómo se podría construir un debate sin asumir que el otro es un ignorante o que nosotros tenemos la verdad absoluta. Creemos que es un momento importante para comenzar este tipo de discusiones.

Juan Manuel Arbona
Doctor en economía política urbana
y miembro del Colectivo "Vas a disculpar"

Agradecimientos

En este trabajo, nos propusimos explorar y entender mejor la realidad social y económica del comercio popular, un “mundo” que a menudo se ha mirado desde lejos con una mezcla de rechazo y curiosidad. Este “mundo”, que se ha negado, opacado y tachado de impedir el progreso, ha “reventado” las normas y las barreras sociales, ha “retumbado” hasta los rincones más alejados transformándose en un motor —corazón y venas— del país. Allí, en estos ”rincones”, era donde a menudo se gestaban ideas y formas de un país de “otra clase”. Su vitalidad, estrategias y chispa nos abrieron un cauce hacia un país que nos parecía un desbordante laboratorio social y económico.

En el recorrido por los caminos empinados y los circuitos enmarañados de este “mundo” nos han llevado por la mano una variedad de personas y amigos que nos mostraron casi con sorpresa y emoción lo que habían conseguido. Agradecemos a la asociación de importadores por cuenta propia de la calle Huyustus que nos ha proporcionado miradas poco convencionales sobre la economía y el comercio popular, cuestionando e interpelando nuestros imaginarios más consolidados. Debemos un agradecimiento especial al presidente del gremio comercial de la calle Eloy Salmón que nos ha explicado cómo los comerciantes han democratizado el acceso a los productos de consumo y nos ha abierto las puertas a sus historias personales y familiares con risas, lágrimas y orgullo. Al presidente de la asociación de importadores independientes del mercado Asodimin y a su familia reservamos un genuino reconocimiento por acogernos con cariño en su casa y por hablarnos sin reservas sobre las hazañas de la vida y del comercio. Un cariño especial le debemos a la gerente

de Fassil, en la Ceja de El Alto, que nos ha contado con fascinación y personal asombro historias y prácticas del comercio popular con respeto y solidaridad.

Los compañeros y compañeras de la feria 16 de Julio de El Alto nos han permitido hacer sentido de la heterogeneidad de la feria y las articulaciones de sus puestitos con realidades y mundos alejados y complejos. Amigos y familiares, *yatiris* y empleados, estibadores y revendedores, mayoristas y compradores en Villa Dolores, las calles Eloy Salmón y Huyustus han soportado durante meses nuestras preguntas y expresiones de perplejidad. También han colaborado a este trabajo una cantidad de personas que más o menos casualmente hemos encontrado en el camino: policías, pequeños productores, piloteros, vendedores itinerantes, intermediarios entre El Alto y Cobija, dirigentes gremiales, un mosaico complejo de gentes, pensamientos y culturas que nos han permitido tejer un primer y heterogéneo entramado del comercio popular.

En el rubro del transporte, agradecemos al presidente de la Cámara de Transporte Pesado, de El Alto, y al ex presidente de la Confederación Nacional del Transporte Pesado, que se ha encariñado con nuestro trabajo y nos ha acompañado de viaje en algunas de las rutas más lindas y olvidadas de nuestro país. En Caranavi, quisiéramos agradecer al presidente de la Central Única de Transportistas de Carga y Pasajeros y al ex presidente del Consejo Municipal. En Cobija, a los comerciantes importadores y a los amigos de la Universidad Amazónica de Pando; en Guayaramerín, a la presidenta de la asociación de gremialistas.

Agradecemos al Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB) por impulsar la investigación y por su apoyo institucional. Nos sentimos privilegiados de que tantas personas hayan colaborado en la preparación, difusión y edición de este trabajo con consejos personales, historias, ideas y trabajos prácticos. A ellos y a todos los que comparten el principio de considerar a Bolivia y a su gente como fuentes infinitas de creación y aprendizaje, de lucha y de vida, este libro está fervientemente dedicado.

Introducción

Desde hace algunos años, un fenómeno común se expande por ciudades latinoamericanas tan distintas como La Paz, Lima, Guayaquil, Caracas o Ciudad de México. Mientras que las antiguas familias de las elites urbanas han diluido su protagonismo social y económico y reclaman la decadencia de la "clase acomodada" (Arellano y Burgos, 2010), grupos de artesanos, comerciantes y empresarios populares dan forma a otro tipo de sociedad que se ha fortalecido y desarrollado desde los márgenes. A diferencia de Europa y EE.UU., las economías latinoamericanas, en general, han mantenido niveles de crecimiento importante, que en algunos contextos se han traducido en incrementos en los niveles de consumo y comercio. Pero, a diferencia de otros momentos históricos en que estos incrementos eran gozados por las clases medias y elites, en esta coyuntura, ciertos grupos populares han logrado una participación exitosa en estos circuitos de comercio y consumo.

El fenómeno ha sido tradicionalmente invisibilizado por las estadísticas y por la ceguera de una clase media urbana en decadencia tradicionalmente despreocupada de la realidad económica de los sectores populares. Considerados incapaces de progresar y enriquecerse por la teoría económica convencional, malentendidos en sus propias prácticas económicas y modelos de consumo no necesariamente acordes a una clase media (no se iban de vacaciones a Miami y no compraban casas con jardín en los barrios residenciales), estos grupos populares se perfilan ahora como una nueva fuerza en el equilibrio socioeconómico urbano y nacional.

En este contexto, se iban combinando el desconocimiento de las clases medias locales hacia las estrategias económicas de los

sectores populares con un intento de analizar la economía basado en categorías teóricas exógenas a la historia nacional que se han ido desvinculando crecientemente de cualquier preocupación hacia lo social y lo humano (Hann y Hart, 2011). En Bolivia, un país en el que empresarios ligados al Estado amasaron grandes fortunas después de la revolución (Roger Cortéz, comunicación personal), estos actores económicos populares exitosos, escasamente articulados a las instituciones oficiales, podrían haber llamado la atención. Además, su elevado número, siendo estimados alrededor de dos millones[1], hace suponer una particular relevancia del comercio popular en el conjunto de la economía nacional. Sin embargo, con algunas excepciones, el grueso de los medios de comunicación e intelectuales urbanos generaron un conjunto de producciones discursivas sesgadas y mal informadas que, en el mejor de los casos, los representaban como el peor mal del país (cf. Larson, 2008) y como la causa de un escaso nivel de desarrollo. En este sentido, la emergencia de actores económicos populares, muy a menudo, engendra invisibilización, negación y, recién, temor.

Los imaginarios sobre el comercio popular

El éxito de los comerciantes populares parece tocar una fibra sensible de nuestra sociedad. La misma palabra "comerciante", a pesar de los alcances del sector, sigue crecientemente connotada por matices peyorativos asociados con una "carencia de" higiene y moralidad. Esto se refleja en la producción de una serie de imaginarios entre las clases medias y elites sobre estos sectores populares. Tales imaginarios ponen de manifiesto la larga historia de jerarquizaciones sociales y económicas en la que ciertos grupos naturalmente pertenecían a ciertos espacios, se dedicaban a ciertas actividades y gozaban de ciertos beneficios. Las representaciones de los comerciantes populares —a menudo, contradictorias— apuntan más a enfatizar lo que deberían ser o lo que no son en lugar de entender sus propias prácticas y lógicas. Una representación común los describe como "capitalistas primitivos" y parcialmente folklorizados.

1 Véanse *El Día*, 21 de octubre de 2012 y *Página Siete*, 25 de octubre de 2012. Se trata de estimaciones de dirigentes de la confederación de gremiales.

En la película *Zona Sur,* de Juan Carlos Valdivia, el comerciante popular aparece bajo el semblante de una chola paceña —el género no es casual— que, en la época de las finanzas digitales, se presenta con una maleta llena de efectivo —también reminiscente de las ganancias ilícitas vinculadas al narcotráfico (cf. Weil, 1989)— para adquirir la casa de una sofisticada, pero decadente, dama de la clase media urbana. Además de poner de manifiesto la contradicción y hasta hipocresía de cierta clase media urbana, la película juega con uno de los imaginarios más poderosos sobre los comerciantes populares. Es el imaginario del comerciante enriquecido, pero ignorante; el comerciante que, a pesar de su éxito económico, no ha logrado o podido adaptarse a las maneras y los códigos de la clase burguesa. Es el emprendedor industrioso, pero incapaz de verdaderamente progresar; el emprendedor que, por alguna deficiencia formativa o estructural, en vez de reinvertir sus ganancias racionalmente en el negocio, las despilfarra en fiestas y cerveza.

El imaginario opuesto, pero dentro del mismo marco que el anterior, alude al "capitalista desclasado", que muy a menudo aparece entre ciertos sectores progresistas y que ha sido difundido en algunos medios de comunicación. Aquí, el comerciante popular aparece como un capitalista empedernido, un individualista que cuida simplemente de sus propios intereses, un desclasado que ha perdido su anclaje en los valores ancestrales del mundo indígena. Es el emprendedor inescrupuloso que, por ganarse unos pesos, hace cruzar la frontera a su hijo con el contrabando escondido en la mochila (*La Razón*, 20 de mayo de 2012); el comerciante que no paga impuestos, un rentista y especulador que vive de espaldas al país[2], hace competencia a los verdaderos emprendedores y no tiene inconveniente en explotar a hijos y hermanos.

Después, viene el discurso del comerciante "invasor" que se apropia indebidamente de las calles y, últimamente, hasta de los barrios de la clase media urbana más antigua. Esta idea de invasión —usada

2 Estas afirmaciones resultan particularmente irónicas cuando son proferidas por emprendedores "formales" que se han beneficiado tradicionalmente de desgravaciones fiscales así como de subvenciones *ad personam* de parte del Estado.

también por los limeños acomodados para referirse a las urbanizaciones de migrantes serranos— lleva asociada la idea de falta de educación y respeto a las reglas compartidas —en especial, de las jerarquías urbanas establecidas—, así como desorden e improvisación, falta de higiene[3] y atraso. Lo que parecen tener en común estos imaginarios es que el progreso del país no pasa por el emprendimiento de estos actores económicos populares, que constituyen más bien un problema, una forma de embrutecimiento socioeconómico que compromete la construcción de una ciudad ordenada y moderna. De forma parecida a la clase acomodada limeña, estos discursos parecen señalar el temor de una clase media urbana que está perdiendo el control de espacios, economías y la capacidad de definir categorías y jerarquías socioeconómicas.

No han faltado ciertos intelectuales que, en respuesta a la desvalorización del comercio popular por parte de liberales y progresistas urbanos, han intentado rescatar los valores comunitarios, redistributivos y armónicos de este tipo de economía popular enfatizando el predominio de la reciprocidad sobre el interés y la ganancia y como una actualización en clave moderna de formas de intercambio tradicionales, pero al margen del capitalismo (Patzi, 2004; Yampara *et al.*, 2007). La cuestión se hace todavía más complicada, contradictoria y confusa, si tomamos en cuenta una serie de prácticas y posturas que el actual gobierno ha producido hacia estos sectores populares de comerciantes. Medidas como la amnistía a los autos "chutos"[4] y la tolerancia hacia prácticas comerciales irregulares se sobreponen a la prohibición de importación de ropa usada, un aumento exponencial de los operativos del Control Operativo Aduanero (COA), la ley de extinción de dominio de bienes derivados del contrabando y de ganancias ilícitas y, en el último año, una serie de reportajes de denuncia casi cotidianos en periódicos filo-gobernativos de actividades ilícitas vinculadas al comercio popular. En un contexto en donde el Estado hubiera tenido que hacerse cargo de la promoción económica enfocándose en el sector productivo (industrial o agrario)

3 El periódico *La Razón* publicaba el 31 de diciembre de 2012 un artículo con título sugerente: "Comerciantes convierten zonas de La Paz en inmensos basurales".

4 El término se refiere a autos importados ilegalmente y sin documentos válidos de propiedad.

y reglamentar la expansión económica, unos comerciantes populares exitosos y con unas instituciones reguladoras propias no encajan en un proyecto económico centralizado.

A pesar de esta postura ambivalente de los órganos gobernativos que alternan medidas punitivas y docilidad discursiva, entre apoyo a los sectores populares y condena al comercio y a la informalidad, sectores de la clase media tradicional identifican ciertas afinidades electivas entre el proceso de cambio y el auge del comercio popular. Los sectores liberales parecen identificar un esfuerzo explícito del gobierno para favorecer al contrabando y a los sectores comerciales populares en un proceso guiado desde arriba de sustitución de las antiguas clases dirigentes y burguesías vinculadas a la exportación. Esto habría generado un nivel de riqueza indiscriminada y generalizada en estos sectores populares y El Alto se habría transformado en la nueva caja fuerte del país. De igual modo, los sectores urbanos progresistas, de forma parecida, reconocen un esfuerzo del gobierno en promover económicamente a estos comerciantes populares, pero alertan que se trata de una equivocación al no ser estos sectores populares portadores de un verdadero proyecto revolucionario y, por ende, incapaces de generar un verdadero cambio estructural. De acuerdo con esta óptica, la riqueza del comercio popular se encontraría concentrada en unas pocas manos, lo que evidenciaría los altos niveles de desigualdad y explotación de su modelo económico.

Quizás valga la pena resaltar el discurso, más que el imaginario, de la cooperación internacional, que tradicionalmente se ha ocupado de la integración o desarrollo de sectores populares. Se advierten, de hecho, dos corrientes enfrentadas, pero de alguna forma complementarias. Una postura común sigue siendo la de identificarse con el lado "bueno" de la barricada: no el comercio, sino la producción[5];

5 Hay toda una tradición cristiano-marxista que ha tendido a separar la producción del comercio en el intento de desprestigiar a éste último identificándolo como el acto especulativo de quien gana sin producir (Le Goff, 1980; Parry y Bloch, 1989). Sin embargo, entre los pueblos andinos, comercio y producción —o intercambio y reproducción— han sido concebidos como actividades entrelazadas, articuladas y, a menudo, complementarias (Harris, 2000; Harris, Larson y Tandeter, 1987) en un contexto además tradicionalmente caracterizado por la profunda complementariedad de actividades económicas (Long, 1986).

no con actores emergentes, sino con pobres. Y otra postura pragmática —reafirmada por la crisis financiera internacional y la escasez de recursos— postula la integración de los pobres al mercado por medio de la promoción de los intereses del sector privado. Esto ocurre mediante la promoción de microempresas y actividades financieras relacionadas, además de actividades que pretenden empoderar a estos actores frente a los otros estratos sociales.

Ahora, lo extraordinario de estas dos posturas contrapuestas es que ambas generan un desinterés hacia las formas y prácticas de las economías locales: la primera, porque la pobreza provoca una urgencia de intervenir por encima de la necesidad de entender y la segunda, porque prima la lógica económica, supuestamente universal y naturalmente benéfica, de la gran empresa. A pesar de una serie de imaginarios económicos poco convencionales que han hecho pie en el continente (Rodríguez-Carmona *et al.*, 2013) y la emergencia de actores económicos populares, la cooperación internacional ha preferido seguir prefabricando una serie de etiquetas universales, como "economía verde sostenible", "negocio inclusivo" y "seguridad alimentaria", que, a menudo, no han encajado con la lógica y las preocupaciones económicas locales[6].

Muchos de estos imaginarios están sustentados por narrativas de larga historia que vislumbran a estos actores urbano-indígenas como sujetos que requieren intervención, redefinición, integración[7]. A esto se suma un estigma de tipo racial hacia estos sectores que, a pesar de sus alcances socioeconómicos y sus profundas transformaciones, seguían siendo considerados como una categoría inmóvil. Esto no solo imposibilita entender a estos actores en sus propios términos, sino, además, impide verlos a pesar de los intentos de mirar (Jiovanny Samanamud, comunicación personal). Como consecuencia, se

6 Véase, por ejemplo, Medeiros (1995) sobre las limitaciones de las "metodologías participativas" en los proyectos de la cooperación internacional.

7 La misma propuesta de Álvaro García Linera de un "capitalismo andino-amazónico" como nuevo modelo económico del Estado Plurinacional se fundamentaba en la idea de un Estado fuerte que, después de extraer los excedentes de la economía industrial, los transfiera a "lo comunitario" para evitar que lo moderno subordine y destruya a estas energías locales (*Le monde diplomatique*, enero de 2006).

alimentan formas de gradación de los comerciantes populares en relación con categorías pre-establecidas representándolos como "más o menos" capitalistas o "más o menos" socialistas. En otras palabras, no hay un intento de entender a la economía popular como una propuesta propia de estos actores, con sus propias lógicas, estrategias e instituciones. Éste es el reto que nos proponemos.

"Desborde popular" y narrativas económicas modernas

La multiplicidad de imaginarios de un fenómeno que hasta algunos años atrás pasaba desapercibido es sorpresiva y más sorpresiva aún es su contradictoriedad. La nueva visibilidad brindada a los comerciantes populares, ya sea por el crecimiento y expansión de estas actividades por todo el territorio nacional, por la decadencia de las clases medias urbanas tradicionales o por la reciente re-emergencia de un discurso regulacionista, en vez de aclarar su papel en la economía, parece despertar toda una serie de imaginarios discordantes —muy a menudo, de carácter normativo— sobre lo que deberían o no deberían ser o hacer.

Hoy en día, los comerciantes populares, en su mayoría de origen aymara, tienen fama de controlar el comercio y el mercado de una amplia gama de productos y artículos en algunas de las principales ciudades de Bolivia y Perú. Pese a ser un país enclaustrado, en las últimas décadas, Bolivia se ha convertido en el nodo de un intenso tráfico de productos que, tras ingresar por Desaguadero o los puertos del Norte chileno, son redistribuidos al resto del continente, incluyendo a los propios Chile y Perú. Muy a menudo, este comercio es controlado por actores económicos populares a través de extensas y sofisticadas redes y de acuerdos informales, raras veces escritos o legalizados, pero igualmente sólidos. De esta forma, mantienen un relativo control de los principales mercados fronterizos del país, se vinculan con comerciantes mayoristas de las zonas francas de Iquique y Ciudad del Este, grandes empresas en Estados Unidos y consorcios familiares chinos. Algunos comerciantes y productores exitosos tienen hijos chino-hablantes que han establecido sus "empresas" en Shanghai y Guangzhou e, incluso, han conformado marcas propias de televisores y refrigeradores fabricados en el país asiático de acuerdo con los requerimientos del mercado regional.

Generalmente, se trata de un sector con bajos niveles de escolarización que tradicionalmente había sufrido un proceso de exclusión desde los organismos e instituciones oficiales, ya sean estatales, universidades o colegios profesionales. Ello no ha sido obstáculo para propiciar un fermento económico y una serie de lazos comerciales importantes que lo han catapultado a la vanguardia del negocio y quizás al centro de unas reestructuraciones socioeconómicas inesperadas. Este éxito global de algunos comerciantes populares ha venido acompañado por un fortalecimiento de su identidad e institucionalidades locales, lazos y redes, así como por la intensificación de actividades rituales y religiosas fundamentales en la reproducción y expansión de la estructura de poder local.

El argumento que desarrollaremos en este trabajo de investigación es que los comerciantes populares han generado un tipo de institucionalidad propia para reglamentar sus actividades sociales, políticas y económicas. Esta institucionalidad se encuentra anclada en una estructura social relativamente sólida y con una marcada profundidad histórica. A esta estructura históricamente consolidada y anclada al territorio, se vincula un sistema complejo de articulaciones reticulares de diferentes actores a lo largo de espacios extensos que garantizan importantes niveles de movilidad y flexibilidad socioeconómica. Esta particular combinación de factores ha permitido generar procesos de articulación con mercados regionales y productores chinos y desarrollar estrategias y prácticas de gestión económica poco convencionales y propias de los comerciantes populares. La institucionalidad, las redes y la territorialidad de un proyecto socioeconómico popular sólido y exitoso entran, a menudo, en tensión —y, a veces, en resonancia— con el proceso de cambio que promueve el MAS a través de un Estado fuerte e intervencionista en lo económico.

La expansión de este tipo de comercio popular, que en La Paz, en el caso de algunos productos, se estima que alcance a controlar el 90% del mercado (Tassi, 2012), socava a una de las narrativas más importantes sobre la que se había fundamentado el Estado moderno y republicano en Bolivia: la narrativa de la integración paulatina, pero lineal, de los sectores indígenas urbanos a las prácticas sociales y económicas de la clase media urbana por medio de un proceso de aculturación que habría racionalizado y modernizado el pensamiento

indígena liberándolo de sus creencias opresivas, tradicionales y supersticiosas. En el nivel económico, esta narrativa se traduce en la absorción de las economías indígenas, populares e informales, generalmente caracterizadas como residuales por sus bajos niveles de productividad e inversión de capital, por una economía primaria moderna de elevada eficiencia y productividad. El desborde económico popular, impulsado por ciertos sectores y regiones, supone una ruptura de esta narrativa, pero, además, propone una nueva relación y articulación entre lo residual y lo moderno, entre lo popular y lo hegemónico. En otras palabras, nos reta a comprender los intersticios de la economía no por lo que debería o podría ser, sino por lo que es para sus propios actores.

Las instituciones de desarrollo e imaginarios dominantes habían asociado estrechamente los actores indígenas-populares y sus economías con la pobreza, la falta de educación e higiene, la marginalidad social y el atraso civilizatorio, al punto que las empresas exportadoras, el mercado y las políticas públicas del Estado —o la cooperación internacional— eran las instituciones encargadas de subsanar y reconducir estas fallas estructurales que limitaban su desarrollo y, de paso, el progreso del país (Poole, 1992; cf. Ávila Molero, 2000; PNUD, 2005). Sin embargo, el éxito de algunos comerciantes populares[8], su evidente capacidad de articularse con la economía global y desafiar concepciones dicotómicas de lo moderno y lo tradicional obligan a considerar un nuevo paradigma interpretativo. La vitalidad de sus prácticas sugiere la necesidad de revisar conceptos y categorías económicas convencionales, como "informalidad", "economías de escala", "mercado" y "contabilidad", desde las perspectivas y los términos de estos actores económicos populares. De igual modo, se impone un cambio de enfoque que analice a estos actores no tanto como destinatarios de políticas públicas, recetas de desarrollo y

8 Vale la pena resaltar que no todos los comerciantes populares son exitosos y que hay formas diferentes de éxito tanto cualitativa como cuantitativamente. En los ejemplos de los siguientes capítulos, presentaremos cómo muchos de los comerciantes con los que hemos trabajado se han enfrentado con pérdidas abrumadoras en diferentes momentos de su vida comercial. Sin embargo, también hay manifestaciones de la "emergencia" del sector que abarcaremos en el Capítulo VIII.

asistencia técnica de expertos, sino como moldeadores de una serie de prácticas y estrategias de ahorro, consumo, inversión, gestión de negocio, de acumulación y redistribución, lo que Zavaleta (1986) llamaba también formas de internalización del excedente[9].

En este sentido, la investigación nos ha llevado a explorar los flujos, articulaciones y alcances económicos de ciertos comerciantes populares, la institucionalidad que ellos mismos han acuñado para reglamentar un sistema económico complejo y extenso y, finalmente, las prácticas microeconómicas propias de estos actores (lo que incluye su lógica de acumulación y circulación del capital, sus patrones de inversión y reinversión, su gestión de ventas y recursos, sus estrategias para reducir costos y riesgos). Pese a no haberlo abordado en el nivel etnográfico, ha sido nuestro explícito interés analizar la relación que se ha ido tejiendo entre los comerciantes populares y el proceso de cambio con el objetivo de reflexionar acerca del posicionamiento sociopolítico de estos actores.

Metodología

Investigar la economía de los comerciantes populares es un trabajo bastante complejo. En primer lugar, nos hemos enfrentado con la necesidad de desenredar la cantidad de estereotipos ya existentes sobre su funcionamiento y con la cantidad y diversidad de estos actores (los dirigentes gremialistas hablan de más de dos millones de comerciantes informales). Además, los actores involucrados en este tipo de comercio se caracterizan por una elevada movilidad y continuos desplazamientos. A esto se añade una última dificultad, relacionada con el acceso a la información. Al ser una economía basada en acuerdos informales con uso de códigos socioculturales específicos y, a veces, vinculada también al contrabando, la información necesaria no es fácilmente accesible por medio de entrevistas estructuradas o cuestionarios tradicionales. La sensibilidad social y legal de los temas abarcados obliga a emplear estrategias alternativas

9 Quizás Zavaleta (1986) haya sido uno de los primeros analistas sociales que ha mirado a los sectores indígenas y populares como posibles referentes para generar formas y estrategias "bolivianas" de acumulación y de reinversión del excedente no dependiente del capital extranjero.

y a un trabajo de campo durante periodos largos de tiempo, lo que no siempre ha sido posible.

Por estas razones, en nuestro trabajo de investigación, nos hemos visto obligados a combinar formas de exploración del complejo funcionamiento del comercio popular a lo largo de territorios y espacios heterogéneos con una serie de estudios etnográficos más puntuales. La variedad de rubros y de mercados, las especificidades de los diferentes actores en diferentes contextos, las variaciones territoriales y regionales no se han podido abarcar con los múltiples niveles de profundidad que, a veces, requerían. Sin embargo, hemos preferido mantener una visión en conjunto del comercio popular intentando abrir espacio para ulteriores investigaciones más específicas, detalladas y circunscritas en el futuro.

La estrategia que hemos adoptado en este sentido ha sido la de dividir el trabajo de investigación en dos fases. La primera ha sido una fase exploratoria y de mapeo tanto de los diferentes actores involucrados en este tipo de economía como de las rutas y los flujos comerciales controlados por estos comerciantes populares. Aunque el enfoque de nuestra investigación privilegia los procesos y dinámicas del comercio popular —y no tanto los rubros—, hemos intentado limitarnos a algunos productos claves cuyos flujos y dinámicas comerciales resultan relevantes para comprender diferentes tipos de articulación entre actores y polos comerciales centrales e intermedios. Esto nos condujo a la selección de seis rubros específicos para el contexto de nuestra investigación y para comprender los tipos de comerciantes populares: artefactos electrónicos, motorizados, ferretería y materiales de construcción, ropa y zapatos, abarrotes y alimentos, jabones y detergentes.

El enfoque en estos rubros llevó a concentrarnos en una serie de mercados específicos. Dado que en los últimos años se ha asistido a una transformación y crecimiento de las zonas comerciales en sectores populares urbanos como también a una diversificación de oferta y calidad de los productos[10], hemos intentado concentrarnos en una

10 Los capítulos II y III analizan estos aspectos más en detalle.

variedad de mercados con diferentes niveles de sofisticación y diferentes prácticas comerciales como también en los espacios sociales a ellos articulados. Estos mercados fueron las calles Eloy Salmón y Huyustus, en La Paz, y varios espacios de la ciudad de El Alto como son la feria 16 de Julio, La Ceja, el nuevo mercado al por mayor de Asodimin y el mercado de Villa Dolores. Ello no quiere decir, en modo alguno, que nuestra selección sea finalmente representativa del abanico de actividades y espacios del comercio popular. Pero sí pretende ser una primera exploración para demarcar y abarcar esta complejidad al objeto de simplificar la sorprendente telaraña tejida por el comercio popular. Mayor información sobre los mercados y rubros escogidos —y sobre la racionalidad de esta elección— se la puede encontrar en el Anexo 2.

En la primera fase exploratoria y de mapeo, se ha conducido una serie de entrevistas a actores clave que nos pudieran proporcionar elementos para entender las dinámicas y flujos del comercio popular. Esto lo hemos combinado con análisis de datos estadísticos —principalmente, sobre importaciones y exportaciones, producidos por la Aduana y el Instituto Nacional de Estadística (INE)— y de una serie de indicadores económicos del país, desde la evolución y composición del Producto Interno Bruto (PIB) a los créditos y depósitos bancarios hasta la evolución del empleo formal e informal. Las entrevistas a miembros de las instituciones financieras que trabajan con actores económicos populares han sido clave para entender el alcance y rapidez del crecimiento de este tipo de economía. Hemos entrevistado también a miembros de los gremios del transporte pesado en el nivel nacional —que tenían una visión más de conjunto del comercio popular— y miembros de gremios locales de transporte en ascenso. Además, hemos trabajado extensivamente con pequeños y medianos importadores, quienes nos han posibilitado entender el flujo del comercio popular, sus principales rubros y los actores involucrados en ciertos nodos estratégicos como también las principales características y problemas de este comercio de importación. Por último, el trabajo de campo ha incluido la asistencia a eventos de la Aduana Nacional y entrevistas a sus representantes, como también a policías de tranca y oficiales de zonas francas y la participación en ampliados gremiales.

Al final de esta primera fase, hemos producido un mapeo de los principales flujos comerciales controlados por actores económicos populares, que ha servido para consolidar una comprensión preliminar tanto de las rutas del comercio como de la articulación económica entre diferentes ciudades. El mapeo ha sido una herramienta para seleccionar una serie de actores y mercados y afinar el diseño metodológico de la segunda fase de la investigación. La fase de investigación etnográfica ha permitido el estudio más en profundidad y de forma más concentrada de actores específicos —y sus familias— con el fin de analizar las prácticas microeconómicas, así como sus redes familiares y sus estrategias económicas. Los estudios en profundidad han sido complementados con estudios de caso adicionales que han brindado información menos detallada acerca de comerciantes y transportistas. Esta parte etnográfica del estudio ha sido realizada ya sea trabajando en los espacios y mercados mencionados —y con los actores en ellos involucrados, sean esos empleados, importadores o transportistas[11]— que consideramos relevantes en la comprensión del comercio popular, ya sea desplazándonos junto con los comerciantes a los mercados estratégicos con los que se vinculan. El producto de estos levantamientos de información ha sido útil para identificar una serie de capas en la que se entrelazan actores, territorios, productos, enmarcados en un contexto histórico-político nacional y de flujos de capital en el nivel global[12].

El propósito de la investigación pretendía también articular el trabajo etnográfico con un análisis del contexto macroeconómico y del marco sociopolítico en el que se desenvuelve el desborde económico popular. El trabajo de campo etnográfico ha constituido la base empírica de nuestra investigación, de la que hemos ido extrapolando una serie de prácticas, estrategias y categorías socioeconómicas propias de los comerciantes populares.

11 Por la delicadeza de los temas abordados y para salvaguardar la privacidad de las personas con las que hemos trabajado, la mayoría de los nombres de comerciantes y transportistas ha sido cambiada. Las referencias a estos actores a lo largo del texto están respaldadas en nuestros cuadernos de campo.

12 Para analizar las prácticas microeconómicas de gestión, se ha elaborado una ficha de sistematización en un esfuerzo de hacer dialogar las categorías del comercio tradicional con una mirada de antropología económica (Anexo 3).

El territorio del comercio popular: corredores y "nodos irradiadores"

Los comerciantes con los que hemos trabajado son, en su gran mayoría, de origen aymara y están vinculados principalmente a las urbes de El Alto y La Paz. En la primera fase de exploración, utilizamos como abordaje metodológico el corredor Pacífico-Amazónico a lo largo de cuatro centros urbanos: Iquique, La Paz-El Alto, Caranavi y Cobija. El corredor constituye un espacio económico que articula lo local, lo regional y lo global, lo urbano y lo rural, las ciudades intermedias y las zonas francas. Es decir, por su propia naturaleza, el corredor expresa una multipolaridad económica y condensa dinámicas económicas complejas, basadas en códigos y prácticas específicas, que operan con un enorme vigor. En este sentido, el corredor constituye la máxima expresión de la lógica emergente de las economías populares aymaras, fuertemente basadas en la movilidad territorial y la expansión espacial y cultural a través de la multiplicación de redes socioeconómicas. Como recurso metodológico, el corredor hizo posible delimitar un primer espacio geográfico a partir de las interrelaciones múltiples entre actores económicos distintos, sin necesidad de focalizarse en un único sector comercial (a diferencia de la mayoría de los estudios clásicos de economía). Más bien, la mirada del corredor permitía explorar la superposición capilar de distintos rubros.

Sin embargo, uno de los hallazgos de la primera fase fue la dificultad de concebir los cuatro nodos identificados como espacios articuladores de un corredor lineal. En la mayoría de los casos, los nodos funcionaban como centros irradiadores de múltiples relaciones económicas con realidades y planos distintos. La articulación entre nodos respondía más a una forma de árbol y una estructura de nodos jerarquizados que a un flujo lineal de productos y comercios desde Iquique a Cobija. Es interesante, por ejemplo, resaltar los casos de Caranavi y Palos Blancos, ambos fuertemente articulados a los universos económicos de sus alrededores y con dinámicas fuertemente ramificadas, pero escasamente relacionados en lo económico el uno con el otro y cada uno articulado de forma independiente a su principal mercado: La Paz/El Alto. O sea, a pesar de encontrarse en el mismo corredor lineal entre La Paz y el Brasil, Caranavi y Palos Blancos no mantienen una relación económica directa, sino que los

actores económicos locales y las empresas de transporte se articulan de forma independiente con la sede de gobierno.

De forma gradual, el estudio del corredor fue revelando más ramificaciones, complejidades y anomalías de las que habíamos pronosticado. En primer lugar, los puntos de entradas y salidas resultaron ser múltiples. Además de Iquique, el puerto chileno de Arica juega el papel de un nodo fundamental de ingreso de productos al país. En el Norte amazónico, Riberalta, Guayaramerín y Puerto Evo son otros centros importantes en la economía del corredor que se unen a Cobija. De igual modo, resulta difícil desatender nodos intermedios, como Oruro, que cumple una función importante de acopio, selección y redistribución de ropa usada y que se encuentra fuertemente vinculado comercialmente a sectores rurales, como Sabaya, Huachacalla y Pisiga.

Por otro lado, Patacamaya desempeña un rol central en el comercio de motorizados —particularmente, camiones— y productos alimenticios. Cobija, si, por un lado, había desarrollado nuevas formas de articulación comercial con el Occidente del país, también mantiene la estructura de un enclave simultáneamente vinculado comercialmente al Pacífico y al Atlántico y relacionado directamente con el puerto de Iquique, pero pasando por alto otros nodos a lo largo del corredor. A todo esto se suma el particular desborde económico de El Alto, que se ha transformado en un espacio económico complejo, una especie de nodo de nodos que cubre dinámicas económicas de largo alcance —con vínculos con China, Perú, Chile y el Norte amazónico— y dinámicas económicas vinculadas a universos locales y rurales.

En otras palabras, la linealidad del corredor resultó ser un elemento con menor capacidad explicativa e incapaz por sí solo de responder a las preguntas de la investigación. La característica irradiadora de los nodos, la multifuncionalidad y elevada movilidad geográfica de los comerciantes así como la articulación tipo árbol, más que lineal, entre los principales mercados aconsejaron concentrar los esfuerzos de la segunda fase en los actores económicos de los mercados de La Paz-El Alto, dando seguimiento a sus desplazamientos desde el centro hacia los varios universos económicos con los que interactuaban y siguiendo el rastro de sus redes y trayectorias socioeconómicas.

Comerciantes asentados y emergentes

Hay varias tipologías de actores que hemos intentado abarcar en nuestro estudio. A pesar de haberse visibilizado recientemente, el fenómeno del comercio popular hunde sus raíces históricamente en el tejido urbano de ciudades como La Paz y El Alto. El gremio de los comerciantes de artefactos de la calle Eloy Salmón, por ejemplo, fue fundado en 1957 por residentes del pueblo de Taraco[13]. En esos años, los primeros comerciantes populares coexistían con las casas importadoras de los migrantes de ultramar alemanes, italianos, "turcos"[14] y judíos, así como con "revendedores" de la clase media urbana que, pese a no disponer de tiendas propias, estaban involucrados en el comercio de importación (es el caso de algunos de los empleados del ferrocarril y también del Lloyd Aéreo Boliviano)[15]. Un poco por la pérdida de interés hacia las actividades comerciales de los sectores de la clase media urbana (que preferían para sus hijos una vida acomodada en las instituciones del Estado o actividades profesionales), un poco también por la capacidad de ciertos migrantes residentes en la ciudad de controlar espacios y rutas comerciales, el comercio se fue, paulatinamente, articulando más y más con los sectores populares e indígenas urbanos.

El estudio ha pretendido trabajar principalmente con comerciantes asentados y, secundariamente, con comerciantes emergentes. Los primeros parecían proporcionarnos informaciones puntuales e históricas sobre el proceso de consolidación de una institucionalidad propia que regía el comercio popular y los segundos, una serie de tendencias emergentes específicas de la coyuntura. Los comerciantes asentados han consolidado sus mercados y su organización sociopolítica en el contexto urbano con anterioridad a la bonanza económica de los últimos años del proceso de cambio, lo que hace que sus empresas

---

13 La palabra "residente" se refiere al poblador urbano de origen rural y que sigue manteniendo articulaciones sociopolíticas claras —cumple con sus deberes y funciones sociales— con la comunidad.

14 La palabra "turcos" es generalmente usada para referirse a los antiguos comerciantes mayoristas de origen libanés.

15 De acuerdo con los relatos de algunos comerciantes, estos actores aprovechaban sus viajes al extranjero para traer productos "libre de impuestos" y revenderlos en Bolivia.

resulten más sólidas, estables y políticamente independientes. Entre estos comerciantes asentados, se encuentran generalmente los grandes distribuidores de mercaderías que, a menudo, se basan en una red extensa de contactos en el nivel nacional e internacional que incluye tanto productores como comerciantes al detalle.

Los comerciantes emergentes —de más reciente conformación y, en ocasiones, menor solvencia— han aprovechado el repunte de las importaciones y el desarrollo de nuevos mercados para incursionar en el negocio. Estos actores tienden a diversificar, de forma más evidente, entre una variedad de actividades que generan ingreso y tienen una articulación más marcada con los mercados rurales y las ciudades intermedias en expansión. En un contexto en donde hay algunos comerciantes importadores que viajan con frecuencia a Iquique y a la China, identificando y escogiendo una serie de nuevos productos para los mercados locales, y comerciantes revendedores que compran de los importadores, se tiende también a percibir una diferenciación entre unos comerciantes "creadores de mercados" y otros que los podremos llamar "saturadores". Mientras los primeros crean mercados introduciendo nuevos productos de consumo popular y, sobre todo en el caso de nuevos productos chinos, mantienen márgenes de ganancia elevados, los segundos se limitan a revenderlos a una serie de diferentes mercados, identificando nichos nacionales y regionales.

Matizando las categorías de comerciantes asentados y emergentes o de creadores y saturadores de mercados, también se ha ido perfilando una categoría intermedia de comerciantes. El rasgo que los define reside en su capacidad de desvincularse de los antiguos proveedores locales y articularse de forma independiente con los productores chinos o los grandes mayoristas de la Zona Franca de Iquique. Es decir, se trata de comerciantes populares que han aprovechado el auge económico para dar el salto a la importación en busca de mayores márgenes de ganancia y de expandir su radio de acción.

Debajo de la categoría de "comerciante popular", se revelan alcances económicos y posturas políticas distintas. En diferentes contextos y coyunturas, los comerciantes populares han generado alianzas estratégicas distintas en el intento de resguardar sus intereses

económicos y mantener cierto nivel de independencia. Los comerciantes asentados, basándose en una institucionalidad y economía sólidas, han ostentado una autonomía económica y política marcada intentado constantemente diferenciarse de la base social del actual gobierno, aunque hayan constituido su base electoral.

A diferencia de los transportistas, para quienes el Estado constituye un mercado importante (por ejemplo, para el transporte de diesel y gas), los comerciantes asentados o habían prescindido de este mercado o el Estado no los había considerado aliados fiables[16]. En el caso de algunos gremios comerciales de más reciente conformación, se han buscado formas de relacionamiento estratégico y de presión al actual gobierno en el intento de consolidar su posición económica. Los comerciantes alteños, por ejemplo, debido a su mayor proximidad con las instituciones municipales locales, han establecido una serie de acuerdos con estos actores políticos —mucho más evidentes que en La Paz—, aunque no en el intento de marcar su afiliación a un proyecto político, sino más bien en el sentido de un reconocimiento recíproco. Los comerciantes populares de Guayaramerín han entablado alianzas con los colonizadores y con el propio MAS para poder fortalecer su control del territorio amenazado por las estructuras de poder de las familias locales, lo que no ha implicado necesariamente un apoyo mutuo entre gobierno y comercio popular, pero sí una convergencia estratégica en contra de un enemigo común. A pesar de las diferencias, una serie de alianzas económicas entre estos grupos ha logrado generar una concatenación de actividades comerciales que se ha concretizado en un tejido económico sólido y dinámico.

Estructura del texto

El texto comienza con una discusión teórica de amplio alcance. En el Capítulo I, intentamos ubicar nuestra investigación en un contexto

16 A diferencia de los pequeños o medianos productores de soya (Pérez, s.f.) —los colonizadores alto-andinos del Oriente—, los comerciantes asentados no se han desarrollado como consecuencia de proyectos y políticas explícitas del actual gobierno. Por el contrario, una serie de medidas gubernamentales recientes parecen afirmar un intento del Estado de antagonizar la expansión del comercio popular y de sus estructuras (*La Razón*, 15 de marzo de 2013).

de debates teóricos, connotaciones y matices de las economías no convencionales o formales. El capítulo intenta delinear cómo conceptos —como los de "economía informal", "economía popular", "globalización desde abajo"— han ido reflejando diferentes interpretaciones en diferentes coyunturas de acuerdo con las ideologías dominantes del momento. Se trata, fundamentalmente, de algunas posturas teóricas que han ofrecido unas pautas clave para interpretar el tipo de economías populares a las que nos estamos refiriendo. Marcando una serie de afinidades y diferencias metodológicas, contextuales y prácticas con estos enfoques, nos posicionamos teóricamente en relación con los comerciantes populares con los que hemos estado trabajando.

En el Capítulo II, se produce un tipo de análisis coyuntural en el que se deduce y se explica la expansión del comercio popular y de la economía informal en el país en un momento de bonanza económica —y de recuperación del papel económico del Estado—, delineando sus alcances y características. Esto con el propósito de identificar una serie de dinámicas económicas y medidas políticas recientes que más o menos deliberadamente han contribuido al auge de la así llamada economía de "base popular" o han sido ingeniosamente apropiadas por estos sectores. El capítulo nos permite poner en contexto a los comerciantes populares delineando su capacidad de articularse ya sea con dinámicas económicas globales (como, por ejemplo, el auge de los productos chinos y unas nuevas lógicas y modalidades de distribución); como también de aprovechar y apropiarse de unas tendencias macroeconómicas que parecen haber generado una nueva capacidad de adquisición entre ciertos sectores y alimentado la formación de nuevos mercados.

En el Capítulo III, esbozamos los diferentes procesos de importación y redistribución de productos por parte de los comerciantes populares, los flujos comerciales y las formas de articulación entre los varios mercados y actores involucrados en estos flujos. Una vez aclarado el panorama de estas redes comerciales, en el Capítulo IV, abarcamos las modalidades por medio de las cuales esta economía popular, que ha logrado fortalecerse desde los intersticios del Estado y de los espacios económicos controlados por las grandes empresas formales, ha consolidado una institucionalidad propia desafiando estructuras de poder y hegemonías económicas tradicionales. En este

capítulo, perfilamos una serie de características de los comerciantes populares en las que se asienta su control de espacios comerciales estratégicos y definimos la institucionalidad por medio de la cual regulan sus actividades económicas.

Después de haber trazado las características de las institucionalidades locales asentadas por los comerciantes populares, en el Capítulo V, nos referimos en detalle a las redes y alianzas translocales del comercio popular que les han permitido extender su radio de acción económica mucho más allá de los espacios locales circunscritos. La combinación de estas institucionalidades intersticiales genera una serie de prácticas propias de gestión y de manejo del negocio que analizamos en el Capítulo VI. En este capítulo, evidenciamos conceptos económicos propios del comercio popular, delineando las características que lo diferencian y lo asemejan a los conceptos de la economía convencional.

La coyuntura económica, el tipo de institucionalidad del comercio popular y su lógica económica están en la base de una serie de prácticas y estrategias económicas —abordadas en el Capítulo VII—, fundamentadas en la movilidad, sea geográfica o económica, en el sentido de su capacidad de manejar simultáneamente múltiples rubros y de diversificar marcadamente sus fuentes de rédito. Esto nos introduce al Capítulo VIII, donde nos enfocaremos en las características de la emergencia de los comerciantes populares y en las modalidades de expansión de su entramado socioeconómico.

En el Capítulo IX, abarcamos la relación titubeante de los comerciantes populares con el Estado, una dialéctica que consideramos propia del proceso de cambio. Aquí, intentaremos contestar y lanzar una serie de preguntas que nos permitan reflexionar sobre el posicionamiento de los comerciantes populares frente a las instituciones gubernamentales y sobre la posibilidad de una pluralidad jurídica y económica en la base de esta dialéctica oscilante.

CAPÍTULO I

Debate teórico: desde la subalternidad e informalidad a la economía popular y la "globalización desde abajo"

El presente estudio sobre comerciantes populares se enmarca en un largo debate sobre las actividades económicas de actores que históricamente han enfrentado barreras sociales y culturales para disfrutar derechos plenos de ciudadanía por su identidad indígena o por su reciente migración a la ciudad. El propósito de este capítulo es ubicar nuestro estudio en el contexto de los debates académicos que comienzan con la literatura sobre modernización e informalidad y desembocan en las actuales discusiones sobre globalización desde abajo. Siguiendo las transformaciones de estos debates —que responden a coyunturas históricas específicas—, se discuten las tensiones sociales que nos permiten situar este trabajo en la especificidad boliviana. La perspectiva que guía nuestra lectura crítica de la literatura sobre modernización e informalidad así como nuestra interpretación de los resultados de la investigación se enmarcan en los debates sobre colonialidad y subalternidad.

Por lo general, los estudios sobre actividades "por cuenta propia" de los sectores populares urbanos en los países llamados "en desarrollo" se han enmarcado en los debates sobre la economía informal que comenzaron a principios de los años 70 a raíz de publicaciones de la OIT (1972) y Hart (1973). Sin embargo, siguiendo a Quijano (1998), nos parece importante establecer una cierta continuidad entre el concepto de informalidad y el de marginalidad que lo precedió y remontarnos al paradigma de la modernización para trazar, aunque fuera someramente, la genealogía de las principales ideas subyacentes en estos debates.

Dominante en el contexto de la posguerra, el paradigma de la modernización guió tanto las políticas de desarrollo que se implementaron en América Latina en las décadas de 1950 y 1960 como los estudios y debates académicos que informaron esas políticas e investigaron sus implicaciones. De este paradigma, surgió, en el contexto de la sociología funcionalista americana, la teoría de la modernización. Esta teoría planteaba una radical oposición entre las sociedades tradicionales y las sociedades modernas e identificaba de manera dicotómica las características de la una y de la otra. Sin embargo, no logró explicar cómo se da la transición de lo tradicional a lo moderno, puesto que carecía de herramientas teóricas para analizar las dinámicas de cambio propias de las sociedades llamadas tradicionales. La teoría de la modernización se limitó a producir una representación de las sociedades tradicionales como inherentemente estáticas e incapaces de cambiar sin una intervención externa, sin una inyección de modernización. En otras palabras, si lo tradicional no cambiaba, era porque no había sido tocado por lo moderno. La modernización, entonces, consistía en introducir instituciones modernas en las sociedades tradicionales, asumiendo que así se generaría un proceso de cambio en el que las instituciones "tradicionales" se irían desvaneciendo y serían automáticamente remplazadas por las instituciones modernas. En suma, en el paradigma de la modernización, el cambio era concebido como un proceso automático, unilineal e irreversible.

En los países definidos en esa época como "subdesarrollados", esta particular representación de la sociedad y de la dicotomía entre sectores modernos y tradicionales alimentó los imaginarios del desarrollo y los anhelos de modernización, generando una postura normativa en el ejercicio de las ciencias sociales, políticas y económicas. Es así que los investigadores no se interesaban en entender las dinámicas propias de los sectores llamados tradicionales y explicar sus formas específicas de articulación con "lo moderno". Se limitaban a identificar lo "no-moderno" para normar su modernización esperando —en vano— que se produjera automáticamente el proceso de cambio unilineal e irreversible pregonado en el paradigma de la modernización. Las políticas de desarrollo (proyectos de industrialización, modernización del agro, etc.) que se implementaron en América Latina en esa época (50s-60s) generaron un fuerte éxodo

rural y un crecimiento incontrolado de las ciudades (Hardoy, 1972; Singer, 1979; Roberts, 1980). La expectativa era que este proceso de industrialización se alimentaría de la creciente fuerza laboral que migraba a las ciudades, lo que, a su vez, ayudaría en la expansión del sector industrial y constituiría la base para la conformación de una sociedad moderna. Sin embargo, la realidad rebasó y contradijo la teoría: los cinturones de pobreza se ensancharon sin que la creciente masa de desempleados pudiera ser absorbida por empleos asalariados estables.

Frente a esta situación de transformación urbana y cambio social, los estudios intentaron hacer sentido de su significado e implicaciones. Fue entonces necesario cuestionar las representaciones simplistas de "lo tradicional" y "lo moderno". El concepto de "lo tradicional" que indicaba algo pre-existente/pre-moderno que se iría desvaneciendo, no alcanzaba para dar cuenta de un fenómeno que, aunque carecía de las características pre-establecidas de "lo moderno", tampoco podía ser considerado como pre-existente: era un fenómeno nuevo producido por el proceso de modernización. Se reemplazó, entonces, el concepto de "tradicionalidad" por el de "marginalidad" y, cuando éste último tampoco bastó para explicar la compleja realidad de articulaciones y conexiones entre los diferentes sectores y clases sociales, se lo reemplazó por el de "informalidad". Más tarde, en el contexto de la globalización neo-liberal, el concepto de informalidad adquirió ribetes más complejos y connotaciones menos negativas al ser articulado al concepto de "capital social" y al plantearse que los pobres podrían y deberían asumir por ellos mismos los costos de su pobreza. A pesar de que en el ámbito académico estas transformaciones conceptuales implicaron múltiples críticas y cuestionamientos, perduró el carácter normativo de muchas investigaciones en ciencias sociales. También perduró, en gran parte de la opinión pública, el imaginario del paradigma de la modernización con sus respectivas representaciones dicotómicas de lo tradicional y lo moderno.

La presente investigación se propone cuestionar este imaginario y desmarcarse de los abordajes normativos al plantearse como objetivo central el investigar las prácticas y dinámicas propias de los comerciantes populares. Desde nuestra perspectiva —enmarcada en los debates de colonialismo interno, subalternidad y colonialidad—,

la persistencia de los imaginarios de la modernización, de sus modelos dicotómicos y del afán normativo de muchas investigaciones es una de las tantas manifestaciones de la colonialidad del saber/poder que el sociólogo peruano Aníbal Quijano conceptualiza en sus trabajos recientes (Quijano, 1992, 1997, 1998a, 1998b, 2000a y 2000b). De manera similar al concepto de colonialismo interno (González Casanova, 1963, 1969; Rivera, 1983, 1993, 2010a), el concepto de colonialidad del poder intenta captar y explicar cómo formas coloniales de dominación y opresión han persistido en el tejido de las sociedades latinoamericanas hasta hoy en día. El marco conceptual hace especial énfasis en las múltiples maneras en las que estas formas coloniales se inscriben en las relaciones intersubjetivas de poder, en los procesos de constitución de los sujetos y de construcción de las identidades, así como en los regímenes de representación, en las formas de producción del conocimiento, en las percepciones subjetivas y en los imaginarios colectivos.

El concepto de colonialidad intenta también explicar cómo la continuidad histórica de formas coloniales de dominación ha afectado los procesos de construcción del Estado-nación desde la independencia hasta hoy en día. En efecto, desde el principio, los proyectos políticos de país —a pesar de sus diferentes orientaciones— se propusieron promover la integración nacional y el establecimiento de un Estado moderno fundado en los principios de igualdad ciudadana para todos. Sin embargo, la realización de la integración nacional, los significados concretos de la democracia y la igualdad de derechos para todos siguen siendo heridas abiertas, terrenos de batalla, promesas postergadas o cuestionamientos en construcción. Según Quijano, las paradojas de esta historia no pueden ser explicadas sin tomar en cuenta la colonialidad de las estructuras de poder, es decir, la persistencia de las jerarquías étnico-raciales coloniales como fundamento de las relaciones intersubjetivas de poder (Quijano 1998b, 2000a). Es importante, sin embargo, señalar que, a diferencia del concepto de colonialismo interno, el concepto de colonialidad del poder no se limita a las dinámicas internas de un Estado-nación, puesto que representa una dimensión constitutiva del sistema mundo capitalista.

1. Teoría de la modernización y proyecto de integración

Los estudios de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) establecieron las pautas para un debate sobre modernización en América Latina, debate que, desde su inicio, estuvo íntimamente ligado a los debates sobre el desarrollo. Desde la perspectiva desarrollista de la CEPAL, se priorizaba la industrialización (para la substitución de importaciones) como la vía más directa que permitiría a los países de la "periferia" alcanzar el desarrollo de los países del "centro" (Prebish, 1962). En este contexto, se planteaba la modernidad como el ideal de progreso y crecimiento económico rápido al que los países de la periferia debían aspirar. Las sociedades de la periferia se caracterizaban por su carácter dual, es decir, por la coexistencia de dos sectores opuestos: uno tradicional y otro moderno.

En la visión economicista del desarrollismo, se asumía que la industrialización y el crecimiento económico resolverían esta dualidad. En las visiones más sociologizantes que se desprendieron de este debate, lo moderno estaba asociado a los patrones de consumo y estilos de vida urbanos propios de la industrialización capitalista. Por el contrario, lo tradicional estaba asociado a lo rural, ritmos lentos, economías de subsistencia y era visto como sinónimo de atraso y como obstáculo para el desarrollo (Germani, 1969). Sobre todo en países como Bolivia, estas características eran atribuidas a las comunidades indígenas; es más, lo tradicional se constituía en la medida de lo indígena. Por lo tanto, la persistencia de sectores tradicionales era vista como la consecuencia de una incapacidad racial/cultural para integrarse en los procesos de modernización. En este marco (con sus respectivos supuestos, representaciones y normatividades), se formularon las primeras conceptualizaciones sobre marginalidad e informalidad.

En un principio, el término marginalidad hacía referencia a la ubicación geográfica de las áreas que se iban poblando rápidamente con el éxodo rural y que estaban ubicadas en la periferia de las ciudades. Con el tiempo, el término se fue refiriendo también a la condición de los pobladores de estas áreas. La mayoría de los estudios en la década de los años 1960 (Nun, Marín y Murmis, 1967; Vekemans y Silva, 1969; Germani, 1973) atribuían esta situación de marginalidad

a la insuficiencia de recursos y las condiciones personales/culturales que impedían a estos sujetos tradicionales la participación plena en el proceso de modernización. Por tanto, el problema a resolver se reducía a integrar a estos sectores a la ciudad moderna a través de políticas de educación, "aculturación" y control social.

La crítica a la teoría de la modernización surge en un marco de análisis marxista a partir de los trabajos de la teoría de la dependencia. El argumento básico consideraba que la condición de sub-desarrollo —o falta de modernización— no se debía a la persistencia de sectores tradicionales que obstaculizaban la plena articulación con la modernidad[17]. Los proponentes de esta escuela establecían que la situación económica de "sub-desarrollo" era un producto histórico y político articulado por una relación de desigualdad —en términos de transferencias de recursos financieros y naturales— entre centro y periferia (Frank, 1970; Cardoso y Faletto, 1971). La interacción entre centro-periferia no solo hacía referencia a las diferencias económicas entre centro (Europa y EE.UU.) y periferia (Asia, África y América Latina), sino también a la historia política que condicionó estas relaciones de desigualdad. Es importante recalcar, como indica Cortés, que esta línea de análisis no se limita a una simple explicación de los factores exógenos: "la subordinación al centro no es una recepción pasiva, sino una negociación, aceptación, adaptación o rechazo por parte de la política interna y sistemas de clases de un país o región periférico" (Cortés, 2012: 225). Por tanto, la teoría de la dependencia también consideraba las historias nacionales y regionales que establecían las condiciones para explicar las profundas desigualdades internas y externas.

En torno a la teoría de la dependencia, surgen diferentes líneas de análisis sobre "la división internacional del trabajo" (Dos Santos, 1978) y "el sistema-mundo" (Wallerstein, 1988), que logran ubicar la situación latinoamericana con mayor precisión y complejidad, y permiten contextualizar los procesos de transformación económica y

17 Cabe recalcar que, aunque la teoría de la dependencia cuestionaba la representación dicotómica de lo tradicional como pre-existente y no relacionado con lo moderno, mantenía una postura normativa, además de compartir aspiraciones modernizadoras.

social. Estos debates sobre modernidad, centro-periferia y la inclusión de sociedades tradicionales al capitalismo marcan los parámetros sobre los cuales se debatirá la economía informal durante las siguientes décadas. Antes de cerrar esta sección, nos parece importante señalar que esta crítica de corte marxista, aunque cuestiona de manera radical los supuestos y planteamientos de la teoría de la modernización, no cuestiona el ideal de modernidad como un ideal universal al que todas las sociedades deberían aspirar.

2. La informalidad y la crisis del modelo de la modernización

El primer trabajo en el que se nombra y reconoce la función de la economía informal es un estudio de la OIT (1972) que describe las actividades económicas a pequeña escala que escapaban al reconocimiento, contabilización, regulación o protección del Estado, pero que estaban generando empleo e ingresos para miles de desempleados en Kenia. En 1968, la OIT creó el Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC), adoptando los parámetros de informalidad para analizar la realidad regional. De acuerdo con estos primeros estudios, la meta económica de empresas informales era asegurar la sobrevivencia de la familia, en contraste con una empresa capitalista que se establecía con el propósito de generar y acumular ganancias (PREALC, 1981; Tokman, 1987). El reconocimiento de este tipo de actividades coincide con los primeros momentos de la crisis económica de los años 70 cuando se comienza a aceptar que el crecimiento de la masa laboral sobrepasaba la capacidad de absorción del sector industrial. Con este reconocimiento, se aceptaba implícitamente que las expectativas de integrar la reserva laboral y modernizar los sectores tradicionales enfrentaban serias limitaciones (Lewis, 1958). En fin, la popularidad de la economía informal como concepto explicativo es un reconocimiento al fracaso de las políticas de modernización.

Muchos de los trabajos sobre la economía informal que surgen entre las décadas de 1970 y 1990 enfatizaban la clara separación de la economía moderna/formal y, por tanto, ilustraban una transposición de los debates sobre modernización/integración. La economía informal representaba una presión competitiva de la fuerza laboral que en su búsqueda de estrategias de sobrevivencia —reduciendo salarios

y realizando actividades dirigidas al mercado de bajos ingresos— era excluida del mercado, de las tecnologías y de las capacidades. En consecuencia, desarrollaba una organización no capitalista de la producción (Galin, 1991; Tokman, 1992). En este sentido, la economía informal era todo lo que la economía formal no era, manteniendo una lectura de la dualidad social en la economía nacional.

Este tipo de análisis, más de corte estructuralista, fue criticado por concluir que la economía informal estaba fuera de los circuitos globales de acumulación de capital y sugerir que informalidad era equivalente a pobreza. En respuesta a esta línea de análisis, trabajos como Portes, Castells y Benton (1989) y Pérez-Sainz (1994), entre otros, argumentaban que estas actividades económicas no solo estaban incorporadas en los circuitos económicos, sino que se estaban convirtiendo en actividades fundamentales en la división internacional del trabajo y la acumulación de capital. Estos estudios —que comparten las raíces marxistas con la teoría de la dependencia— evidenciaron cómo corporaciones transnacionales subcontrataban parte de su producción, que era organizada en espacios familiares o invisibles en el marco regulatorio nacional. Por tanto, la economía informal no era una actividad que ocurría exclusivamente en las márgenes de países pobres, sino que era un proceso de descentralización de las cadenas de producción en el nivel global (pos-fordismo). Estudios sobre subcontratación (Pérez-Sainz, 1994), emprendimientos familiares (Benería y Roldán, 1987), trabajo infantil (OIT, 2005) y la precariedad laboral de mujeres (Silveira y Matosas, 2003) ponen de manifiesto esta escuela de pensamiento.

En resumen, si los primeros estudios sobre la economía informal enfatizaban el papel (o la ausencia) del Estado en la regulación de estrategias locales de empleo/trabajo que informaba la falta de integración a los procesos de modernización, los estudios que critican esta primera línea de análisis resaltan el papel que juegan los flujos de capital en generar formas de subordinación económica por medio de estas actividades informales. Específicamente, se enfatizaba cómo las nuevas formas de producción y flujos de capital constituyen una mejor explicación para comprender la naturaleza de estas estrategias/dinámicas laborales y la manera en la que la economía informal se articula a la economía global.

Una de las preocupaciones que cruzan estas dos escuelas de pensamiento sobre informalidad es cómo medir o cuantificar la informalidad. Al principio (Hart, 1973), se asumía que no se podía medir lo que no era regulado o visto por el Estado. Luego, PREALC (1981) propuso designar categorías ocupacionales como informales sin importar las especificidades laborales u organizativas de estas actividades. Por ejemplo, el auto-empleo y empresas que contrataban menos de 5 empleados eran automáticamente vinculados a la economía informal. Otros trabajos utilizaban la "demanda de dinero en efectivo" o "la velocidad del dinero" como mecanismos para medir la informalidad (Tanzi, 1980). Esta metodología de medición asumía que la gran mayoría de las transacciones en la economía informal era en efectivo y, por tanto, se basaba en la diferencia entre las transacciones contabilizadas y la masa de dinero circulante. Otra estrategia metodológica se enfocaba en los "suministros físicos" que explicaban los cambios en el Producto Interno Bruto (PIB) en relación con la economía informal. Por ejemplo, había un suministro de electricidad necesario para explicar la producción industrial de un país (y consumos domésticos). La diferencia del total de consumo de electricidad que explicaba el PIB era atribuida a la economía informal.

En respuesta a las limitaciones obvias de estas estrategias metodológicas, surge un método que considera aquellos indicadores (tales como desempleo, subempleo, indicadores monetarios) y causas indirectas (tales como actitudes hacia el Estado, carga impositiva o políticas estatales de regulación), que podrían ser generadores y/o incentivadores de informalidad. Como resultado de estos intentos metodológicos, hoy en día, contamos con una diversidad de indicadores que pueden ser utilizados para estimar el tamaño de las actividades económicas informales. Por ejemplo, la informalidad se mide a partir de la representación de estas actividades en el PIB, de su representación en la población económicamente activa o de estimaciones de contrabando. Frente a las limitaciones de estas estrategias metodológicas de medición de la informalidad, surgieron estudios etnográficos y sociológicos que buscaban comprender estas estrategias económicas desde la perspectiva y vivencia de los actores y así se empezó a hablar de "economías populares".

3. De la informalidad a la economía popular: el reconocimiento del otro

Mientras que la mayoría de los trabajos sobre la informalidad enfatizaban los aspectos de pobreza y (auto) explotación asociados con estos tipos de actividades económicas, otros estudios empezaron a analizar las variaciones de estas estrategias económicas como una "economía popular" que consistía en un "numeroso, diverso, y heterogéneo conjunto de modalidades de producir, consumir y reproducir bienes materiales y servicios, más o menos diferenciables de la organización empresarial predominante en el capitalismo contemporáneo" (Quijano, 1998: 130). Como lo indica esta definición, estos estudios buscaban romper con la visión economicista de la informalidad que representaba a los actores de estas actividades como una masa homogénea. En este sentido, los trabajos sobre la economía popular reconocen las habilidades y capacidades de estos sujetos de negociar con las estructuras establecidas del capitalismo.

Estos estudios presentaban detalles sobre cómo los migrantes de zonas rurales-indígenas traducían sus estrategias de organización territorial y social a un contexto urbano. Así, por ejemplo, Golte y Adams (1987) detallan los modos en que se desarrollan estos tipos de lazos sociales y territoriales al momento de establecer estrategias económicas en la ciudad. Según estos autores, los migrantes despliegan una multiplicidad de formas de organización de la producción y circulación en circuitos reducidos, en relaciones clientelares, de parentesco, de paisanaje y de compadrazgo, aunque se encuentren relacionados con organizaciones fabriles, industriales, con un sistema financiero y bancario propio de sociedades industriales y aunque coexistan sistemas de mercadeo en gran escala con otros de intercambio familiar. Asimismo, la reproducción de la familia popular no se da a partir del simple asalariamiento y la adquisición de bienes en un supermercado, sino a través de una red en la cual cada persona maneja una serie de estrategias de reproducción, cuya articulación permite la sobrevivencia, e implica una organización social de las estrategias y una red de relaciones sociales necesarias para la reproducción, que contrasta con el aislamiento del consumidor en el capitalismo desarrollado (Golte y Adams, 1987: 37).

Matos Mar (1984) describe estas dinámicas trans-territoriales como el desborde popular de actores urbanos que despliegan múltiples estrategias paralelas al Estado, cuestionan implícitamente el orden social y alteran las reglas del juego establecidas. Así, estas dinámicas y estrategias populares van "creando incesante y sutilmente nuevas pautas de conducta, valores, actitudes, normas, creencias y estilos de vida, que se traducen en múltiples y variadas formas de organización social, económica y educativa, lo cual significa uno de los mayores cambios de toda nuestra historia" (Matos Mar, 1984: 17). Cuestionando representaciones de los sectores informales como víctimas pobres, estos estudios presentan una imagen muy dinámica de los actores populares.

Aunque, sobre todo en el caso de Matos Mar, se atribuya a las economías populares una capacidad transformativa más allá de las intenciones de los propios actores y que algunas de estas investigaciones presenten más una serie de intuiciones que descripciones fundamentadas de las economías populares, nos parece importante subrayar la nueva interpretación de la economía popular como un fenómeno y propuesta en sí organizada en torno a las estructuras sociales de la comunidad, a pesar de sus claras articulaciones con el mercado. Tales estudios se diferencian de la propuesta teórica de la economía "social" o "solidaria" (Singer, 1997) que, en el intento de explorar relaciones, formas de trabajo y distribución de recursos socializados y así generar propuestas alternativas a la economía capitalista (Coraggio, 2009), tiende a reproponer una interpretación desde arriba de estas dinámicas populares.

Esta representación de actores económicos populares dinámicos y con iniciativa propia fue retomada, pero desde una perspectiva muy diferente, en la literatura sobre "capital social". Éste es definido como el conjunto de "características de las organizaciones sociales —tales como redes, normas y confianza— que contribuyen a incrementar el potencial productivo de una sociedad (...), mejorando los retornos de las inversiones en capital físico y humano" (Ritchey-Vance, 1996: 3). Una característica común de todas las definiciones es la importancia atribuida a una serie de valores "virtuosos" (confianza, reciprocidad, compromiso, espíritu civil, honestidad y lealtad) como factores desencadenantes y variables centrales del desarrollo social, ya sea por su

capacidad para resolver conflictos como hacer respetar los derechos o producir bienestar, sirviendo, en definitiva, como "lubricantes" del sistema social y económico. A partir de estos estudios, se desarrolló una taxonomía de tipos de capital social y, de esta manera, el concepto dejó de tener una función meramente descriptiva (como es el caso en Golte y Adams, 1987) para constituirse en un concepto normativo. Estos estudios parten de la premisa que existen dos tipos de capital social: capital social "consumativo" (*bonding social capital*) y capital social "instrumental" (*bridging social capital*). El primero se refiere a las dinámicas internas de grupos sociales y el segundo se refiere a las dinámicas entre grupos sociales.

El concepto de capital social se construye sobre la interacción de un vasto conjunto de elementos: redes y compromiso social, solidaridades y asociaciones, instituciones formales e informales, poder de la sociedad civil y del gobierno, aprendizaje organizativo, participación social y desarrollo económico. Plantea, además, un efecto multiplicador, ya "que puede aumentar la eficiencia de otros tipos de capital y sus combinaciones productivas" (Banco Mundial, 1997: 81). El concepto de capital social se convertiría en uno de los anclajes sobre el cual se reconducirían los debates de informalidad durante el auge del proyecto neoliberal.

4. Neoliberalismo e informalidad como exceso de Estado

Las políticas de ajuste estructural implementadas en el continente latinoamericano durante las décadas de 1980 y 1990 pretendían transformar la participación del Estado en la economía nacional. El argumento sostenido por los promotores de estas políticas neoliberales era que el Estado —y su papel regulatorio— era el gran obstáculo en la promoción de desarrollo económico. Por tanto, si se reducía el tamaño o eliminaban algunas funciones del Estado, el desarrollo económico podría generar mayores riquezas de forma más eficiente. Los estudios sobre la economía informal se desplegaban a partir de este tipo de argumento —como los de Hernando de Soto (1986, 2002)—, que ponen de manifiesto un tipo de lectura de la economía informal desde esta vertiente legalista. Para de Soto, la informalidad es un resultado directo de la sobre-burocratización del Estado y de la falta de un marco legal efectivo que permita que estas actividades

económicas se formalicen. Por tanto, estos actores económicos "preferirían" actividades informales debido a la sobre-regulación estatal y no debido a un aumento en la precariedad económica y laboral.

En este sentido, se vuelve a constituir un discurso normativo, aunque distinto de los anteriores, sobre la economía informal: el Estado debería crear las condiciones (es decir, desregular) para que estas actividades económicas se conviertan en los motores del crecimiento. De manera concomitante, se dan las condiciones políticas para que el Estado renuncie a su papel histórico de asegurar un mínimo bienestar de la población. Si la precariedad económica aumentaba, era debido a que estos individuos no leían correctamente el mercado o que no incentivaban efectivamente los "valores virtuosos" del capital social. En otras palabras, el enfoque ya no estaba en el Estado ni en el mercado, sino en las capacidades individuales de estos actores económicos.

A finales de los años 1990, se incrementaron los esfuerzos teóricos por ligar el capital social a la lucha contra la pobreza, reflejándose en un número creciente de documentos doctrinales de los organismos oficiales de desarrollo (Banco Mundial, 1997; Schneider, 1999; Narayan, 1999; Banco Mundial, 2000). En este contexto, se promueven los estudios y las instituciones de apoyo a microempresas. Muchos de estos estudios celebraban las virtudes de la microempresa como mecanismo para formalizar estas actividades informales y aprovechar las capacidades empresariales y su capital social que se desplegaban en los intersticios de la economía globalizante (Núñez Castrejón y Gómez Chiñas, 2008). Este posicionamiento revela cómo las microempresas pasan de ser actividades que desaparecerían con el tiempo a actividades meritorias de crédito y apoyo institucional. Por un lado, se reconoce que "una proporción creciente de la población no puede vivir, ni siquiera sobrevivir, exclusivamente —o, inclusive, principalmente— sobre las bases de las reglas del mercado capitalista", pero estas actividades representan una oportunidad para instituciones globales para integrar actividades microempresariales a sistemas de subcontratación (producción) (Quijano, 1998: 138). Por otro lado, las actividades microempresariales se convierten en la base normativa de cómo estos actores tienen que enfrentar la economía global. En este contexto, se articula un aparato institucional —principalmente,

desde la cooperación internacional y ONGs— para apoyar estas actividades económicas microempresariales.

5. Globalización desde abajo

Actualmente, sería inútil establecer una línea que separe lo formal de lo informal en la cotidianidad de los sujetos y de su interacción en la economía, ya que muchas actividades informales se han convertido en eslabones cruciales en la articulación de la producción global con la oferta de servicios y comercio local. De hecho, el mundo ha experimentado una disminución creciente y un alejamiento constante de la economía formal. Ha comenzado a surgir una serie de formas y estructuras organizativas que han buscado reemplazar a la economía formal (Laville, 2009). La idea generalizada de que la informalidad desaparecería gradualmente con el crecimiento económico y el desarrollo ha sido desmentida por el renacimiento y el auge de la informalidad en algunos de los países que ostentan los mayores niveles de crecimiento (Harriss-White y Sinha, 2007; Carr y Chen, 2001).

Como lo ilustran Neuwirth (2011) y Rabossi (2012), un producto puede ser producido siguiendo los parámetros legales dictados por la formalidad, pero, en el proceso de entrar al mercado del consumidor, éste transita espacios que convierten a estos productos —y a los comerciantes que los venden— en informales. De manera similar, un producto "de marca" que es comercializado en un espacio formal puede muy bien ser una copia "pirateada" (Lin, 2011). Como indica Neuwirth (2011), estos tipos de actividades económicas ya no se limitan a la producción de bienes dirigidos a los pobres que permiten sostener a la masa laboral subempleada, sino que son parte integral de la economía global de consumo. Estas son actividades de la creatividad, la "improvisación organizada", la solidaridad por actores que operan en los intersticios o dobleces de la economía. Estas actividades han sido facilitadas por los avances en tecnologías de comunicación y transporte y los bajos costos de producción en China, que han sido aprovechados por diferentes actores económicos para satisfacer (o crear) demandas locales. En este contexto de debates y políticas, se puede ubicar la creciente literatura sobre "globalización desde abajo".

Los estudios sobre la globalización desde abajo tienen algunas características compartidas y otras que los diferencian de los estudios sobre informalidad. Igualmente que los estudios de la informalidad, los recientes trabajos sobre globalización desde abajo enfatizan las actividades económicas de los actores sociales que históricamente no han podido gozar del crecimiento económico; en este sentido, se enfocan en los mismos tipos de actores en los que se enfocaron los estudios de la informalidad. Estos estudios también comparten el legado marxista, que ubica estas actividades dentro de procesos globales de acumulación. Pero, a diferencia de la gran mayoría de los estudios sobre informalidad que han enfatizado o privilegiado las actividades de producción, los estudios sobre globalización desde abajo se enfocan principalmente en el comercio internacional. Estos estudios también ponen particular énfasis en los sujetos económicos y las estrategias de éstos en negociar estructuras legales, sistemas de producción y transporte global, y demandas locales. En este sentido, esta línea de estudios pone en relieve la fluidez económica en la que están enmarcados estos actores.

La motivación de los estudios sobre globalización desde abajo se deriva de una crítica a las limitaciones que existen en los estudios de la globalización. Por un lado, los estudios de globalización económica han enfatizado las dimensiones estructurales, institucionales y normativas/ideológicas. Los estudios sobre las dimensiones estructurales enfatizan los mecanismos que han facilitado flujos de capital y bienes a partir de avances en las tecnologías de comunicación y transporte. Estos avances han informado sobre la descentralización de sistemas de producción, aprovechando los bajos costos de producción en diferentes partes del planeta (Dicken, 2011; Rodrik, 1999). En estos trabajos, se cuantifican y/o se dimensionan estos flujos, mientras se presta poca atención a los actores o las implicaciones en las vidas de diferentes grupos afectados por estos procesos.

Del mismo modo, los trabajos sobre las dimensiones institucionales se enfocan en los mecanismos que han facilitado estos flujos de capital y bienes (tratados de libre comercio, sistemas flexibles de producción, etc.) y cómo estas instituciones han trabajado a nombre de ciertos actores (Hulme, 2010; Stiglitz, 2003). Por último, se encuentran los autores que celebran o critican las dimensiones

normativas / ideológicas de lo que se ha convertido en un proyecto político global. Éstos celebran los procesos de globalización como la única alternativa para generar prosperidad y libertad (Friedman, 1999), mientras que otros apuntan a cómo se ha constituido un "sentido común" sobre el papel del mercado en determinar acceso a recursos, bienes y servicios (Mittleman, 2000).

Por otro lado, los estudios de globalización política critican las tendencias normativas de los análisis de la globalización económica y enfatizan las dimensiones políticas que informan las inequidades en la distribución de costos y beneficios de la globalización. Estos estudios resaltan cómo "las víctimas" (o los no beneficiados) resisten la globalización promoviendo alternativas no-capitalistas (o anti-capitalistas). Estos trabajos apuntan a las formas en que la mayoría de la población global —en particular, en el llamado Tercer Mundo— ha sufrido las consecuencias de estos procesos debido a los legados coloniales y las inequidades internas. El punto de partida de muchos de estos trabajos es cómo la pobreza ha aumentado o se ha concentrado en zonas particulares de las ciudades (donde hay una concentración de población viviendo en pobreza) a raíz de la implementación de proyectos de ajuste y reestructuración.

Estos estudios argumentan que a raíz de esta situación histórica y material estos sujetos están creando alternativas para enfrentar la globalización y crear otro tipo de mundo. Los trabajos que representan esta línea de análisis muestran las movilizaciones sociales en el nivel internacional y las acciones de resistencia en el nivel local. Además, enfatizan cómo las instituciones y actores que promueven la globalización económica han utilizado el velo de la democracia para profundizar lo que en realidad es un proyecto político de promoción de un tipo particular de capitalismo. Los estudios sobre movilizaciones internacionales resaltan las dinámicas globales de resistencia y cómo se establecen lazos políticos internacionales entre estos actores marginalizados, utilizando ejemplos como el Foro Social Mundial y las protestas contra instituciones globales, como el FMI, el BM y la OMC (Keck y Sikkink, 1998; Tarrow, 2005). Por otro lado, los estudios locales resaltan las especificidades culturales y políticas y cómo éstas son desplegadas en la construcción de formas más democráticas de sociedad. Aunque estas líneas de análisis sugieren una exclusividad

en la escala de análisis, la mayoría de estos estudios reconoce la interacción global de actores locales. En este contexto, estos trabajos utilizan la frase "globalización desde abajo" para referirse a las estrategias locales y redes internacionales que se conforman en respuesta a las implicaciones negativas de la globalización económica y generación de alternativas (Della Porta *et al*., 2006).

A medida que se establecían estas líneas de análisis y debate, a fines de los años 1990, comienzan a tomar cuerpo estudios sobre "redes transnacionales", que pretendían ilustrar las formas en que se establecían vínculos entre sujetos del Tercer Mundo y economías de EE.UU. y Europa. En estos estudios, se resalta el despliegue de redes de solidaridad que conectan migrantes en Europa y EE.UU. con familiares y socios en sus países de origen. Estas estrategias se convierten en formas de generación de empleo e ingresos que ayudan a mitigar las implicaciones negativas de políticas de ajuste y restructuración sobre la economía local/familiar[18]. Estos estudios comenzaron a trazar las líneas para entender que estos actores no necesariamente son víctimas de la globalización económica o están en las trincheras del movimiento anti-globalización, sino que están construyendo espacios propios en los intersticios de estos procesos. Ya en el año 2000, Portes vaticinaba que estas redes transnacionales se convertirían en un fenómeno importante para las economías del Tercer Mundo, ya que estos "individuos [son] capaces de reaccionar creativamente en las situaciones que se encuentran" y crear espacios económicos alternativos (Portes, 2000: 266).

En este amplio contexto de estudios de globalización, se pueden ubicar los recientes trabajos sobre "globalización desde abajo". Estos estudios muestran que, aunque estos sujetos no se han beneficiado directamente, han encontrado formas de participar en los procesos

18 Itzigsohn (2000) documenta estas dinámicas a través de los viajes de dominicanos a Nueva York y cómo estos migrantes han logrado establecer empresas y pequeñas industrias utilizando pequeños capitales. Las ganancias generadas regresan a República Dominicana en forma de remesas o empleos, lo que también genera demanda para productos importados de EE.UU. Un estudio similar sobre migrantes congoleses en París ilustra cómo estos actores importan alimentos para las comunidades africanas en esa ciudad y exportan productos comprados en el "mercado negro" europeo (MacGaffey y Bazenguissa-Ganga, 2000).

de globalización desde sus posiciones sociales y en sus propios términos. En una de las primeras publicaciones, resaltando esta línea de análisis, Ribeiro (2006) argumenta que la razón por la que este tipo de globalización existe se debe al fracaso de la globalización económica en proveer oportunidades de empleo y generación de ingresos a estos sectores de la población. Por tanto, éstos utilizaron los mismos mecanismos que han facilitado los flujos de capital y bienes —y aprovechando la expansión productiva en países como China— para crear (o reconocer) mercados de bienes accesibles a estos sectores.

Un elemento que es resaltado en estos estudios —que, por un lado, no era considerado por los estudios en redes transnacionales, pero, por otro, es rescatado por los estudios de la "economía popular"— es el enfoque en las economías y actores locales que no necesariamente necesitan migrar para lograr participar en los circuitos globales. En otras palabras, se enfatiza cómo han creado espacios en las márgenes de la economía global desde las cuales obtienen bienes que pueden comercializar en sus países. La fragmentación y flexibilidad de sistemas de producción combinados con la facilidad de transportar productos y comunicarse con productores han creado las condiciones de un crecimiento de productos que no entran en los sistemas de regulación y ocupan los intersticios de la economía. En este sentido, se denomina a estos productos como piratas (y a sus comerciantes como contrabandistas)[19].

Esto ha generado un debate sobre si estos tipos de producción y comercio son ilegales o ilícitos; la diferencia es qué tipo de actor hace la determinación. Como indica Milgram (2012), lo importante es considerar quién está evaluando la actividad. En este sentido, si algo es legítimo para el Estado es porque entra dentro del aparato de control institucional y legal y, por tanto, es considerado como legal. Pero si algo es legítimo para la gente, aunque esté afuera de los espacios regulatorios del Estado, es considerado lícito.

19 Lo irónico es que los mismos que han criticado a estos emprendedores populares por sus actividades ilegales han sido los que han celebrado las virtudes del capital social y demandado una desregulación del Estado y liberalización de la economía para poder aprovechar las bondades de la globalización.

Las actividades de estos actores en las márgenes económicas son denominadas como ilegales, pero, por la relevancia que tienen en la economía local, son vistas como una estrategia para prosperar y, por tanto, son lícitas. Los estudios sobre globalización desde abajo representan la integración de varias líneas de análisis como informalidad, economía popular, trans-nacionalidad y producción de bienes de consumo masivo.

Como indica Ribeiro (2012), la principal diferencia entre globalización "desde arriba" y "desde abajo" es el poder. En este sentido, la globalización desde abajo representa un espacio en que las/os que históricamente han sido excluidos por los procesos de globalización desde arriba logran establecer una dinámica económica en sus propios términos. "Los agentes de la globalización desde abajo no están en búsqueda de construir otro mundo a partir de la globalización desde arriba; ellos apuntan a convertirse en ricos y poderosos justo como esos que los consideran contrabandistas o piratas. Son los ricos y poderosos los que, a través del control del aparato estatal y amplias estructuras políticas, han creado una imagen transgresiva de estos trabajadores y emprendedores de un sistema no-hegemónico" (Ribeiro, 2012: 230).

Esta cita ilustra las relaciones de poder entre los tipos de actores que, en cierta forma, son meras estadísticas en los estudios de globalización económica (o sectores en los estudios de informalidad), pero también establece una diferencia con los estudios sobre globalización política, ya que no necesariamente resalta la necesidad de (o una progresión natural hacia) una globalización no capitalista.

Los estudios de caso que ilustran la globalización desde abajo tienen en general dos tipos de miradas: una que enfatiza cómo este proceso se vive desde la cotidianidad de los actores y otra que se enfoca en los espacios de transitabilidad que estos actores (y sus productos) recorren. Mientras que estos trabajos resaltan dos aspectos importantes, ambos tienen algo en común: los productos comercializados son mayoritariamente de China. Estudios como los de Pliez (2012) y Simpfendorfer (2011) se enfocan en los flujos de productos y los tipos de mercados que articulan estos espacios económicos locales. Por ejemplo, Pliez describe la comercialización de *blue jeans*

hechos en China y su ingreso al mercado de Egipto a través de la frontera de Libia. En el estudio, se analizan las condiciones legales y estructurales que han condicionado este circuito.

Otros estudios toman estos flujos y estas condiciones estructurales por dadas y se enfocan en los sujetos que llevan a cabo la construcción de estos mercados. Estudios como los de Mathews y Yang (2012) y Zhang (2008) analizan los tipos de relaciones sociales que se establecen entre productores y comerciantes, y cómo éstos últimos (particularmente de África) obtienen sus productos en Hong Kong o China. Otros trabajos, como Rabossi (2012) en Ciudad del Este, Paraguay, y Alba Vega (2012) en México D.F., analizan las dinámicas en el otro extremo del proceso comercial, en los lugares donde los productos son comercializados. En este sentido, los estudios sobre globalización desde abajo recogen elementos de los debates de globalización e informalidad —particularmente, las postulaciones de corte marxista—, mientras que prestan cercana atención a las y los actores que operan en los intersticios de la economía global.

6. Nuestra propuesta teórica o ¿qué hacemos con todo esto en Bolivia?

Este marco general nos permite ubicar a la economía popular, los flujos de productos y los actores en un contexto amplio de los debates sobre informalidad, economía popular y globalización desde abajo. En este sentido, la literatura evaluada nos permite presentar algunos puntos que serán substanciados y elaborados en los siguientes capítulos.

6.1. Una larga historia de exclusión y estrategias de adaptación y resistencia

Como lo mencionamos anteriormente, el término "economía informal" fue acuñado a principio de los años 1970 para describir las actividades que estaban al margen de la regulación del Estado; el autor fue el británico Keith Hart (1973). Sin embargo, ya en el siglo XVI, había surgido en el Alto Perú un tipo de economía sumergida por debajo del marco regulatorio legal, aunque fuertemente articulada a la economía oficial. En el origen de esta economía sumergida,

se encontraban dos tendencias contradictorias: el deseo de la corona española de mantener el monopolio sobre la explotación y comercialización de los metales preciosos (Escobari, 1985) y su concurrente incapacidad de controlar el territorio y la población indígena más allá de los principales centros urbanos (Klein, 1995). Mientras Potosí se transformaba en uno de los mayores asentamientos urbanos del mundo, la inadecuada infraestructura institucional y económica colonial descargaba el peso de conseguir la mano de obra y la provisión y distribución de alimentos a unos linajes y estructuras sociopolíticas indígenas excluidos del comercio urbano (Mangan, 2005). Paradójicamente, todo esto había acabado por consolidar un "espacio económico indígena" (Glave, 1989) anclado en prácticas y estrategias económicas propias de los pueblos andinos (cf. Platt, 1982a).

La constitución del Estado republicano se asienta en una contradicción parecida. Una minoría de descendientes españoles monopolizó el control del recién creado aparato burocrático hasta el punto que el Estado se convirtió en una herramienta para promover los intereses de esta pequeña clase dirigente y mantener la mayoría indígena bajo un régimen de explotación (Zavaleta, 1986; Rivera, 1993; cf. MacGaffey y Bazenguissa-Ganga, 2000)[20]. En otras palabras, el Estado se transformó en el instrumento que garantizaba la participación en la economía formal a un pequeño sector de ciudadanos iluminados destinando al resto de la población a actuar en la ausencia de un marco regulatorio para sus actividades económicas.

La principal preocupación del Estado era la exportación de materias primas y la provisión de mano de obra y alimentos a los centros mineros y urbanos, al punto que, particularmente durante el auge liberal, las áreas rurales indígenas fueron dejadas en un estado de

20 Tristan Platt (1982b) ha definido la relación entre el Estado boliviano y el ayllu andino como fundamentada en un "pacto de reciprocidad" expresado en el tributo que implicaba una validación del Estado frente a las comunidades y, simultáneamente, un reconocimiento estatal de la distribución de los terrenos de cada ayllu entre sus miembros (o sea, el reconocimiento por parte del Estado de las prácticas y formas de organización político-económicas locales). El pacto de reciprocidad se ha ido fracturando —alimentando verdaderos conflictos étnicos— y recomponiendo en diferentes momentos históricos; sin embargo, ha mantenido el valor de un mutuo reconocimiento.

semi-abandono (Arnold y Hastorf, 2008) y el desarrollo de estructuras internas de provisión y distribución fue ampliamente desatendido (Rojas Ortuste, 2009). En otras palabras, el poder del Estado coexistía con una serie de "instituciones" políticas y económicas no oficiales y localizadas —muy a menudo, basadas en las estructuras de poder indígenas— que habían hallado un terreno fértil para su reproducción en los intersticios del Estado y de la economía de exportación, intersticios que la clase dirigente no estaba interesada o no lograba controlar plenamente.

Estas tendencias contradictorias generaban una combinación de formas de exclusión políticas y económicas con un asentamiento simultáneo de la economía oficial en estructuras socioeconómicas locales e indígenas, lo que generaba una tensión entre la necesidad de reproducir estas estructuras locales y funcionalizarlas a las necesidades de los poderes dominantes. En diferentes momentos históricos —desde las reformas liberales a la misma reforma agraria de 1953—, el "espacio económico indígena", fundamentado en complejas estructuras políticas locales y en el "control vertical de un máximo de pisos ecológicos" (Murra, [1972] 1975)[21], ha sido reducido y fragmentado de acuerdo con los intereses de las instituciones dominantes (Barragán, 1982; Mayer, 2004). Sin embargo, en el caso de las tierras altas de Bolivia, este proceso de fragmentación se fue

21 Los pueblos andinos fundaron su economía en la explotación simultánea de diferentes nichos ecológicos repartidos a lo largo de un vasto territorio con una alta diferenciación ecológica. Desde la costa del océano Pacífico hasta la cuenca amazónica —pasando por el altiplano y los Yungas—, diferentes linajes vivían esparcidos en islas habitacionales que, explotando diferentes nichos ecológicos, garantizaban una provisión variada de productos a cada linaje o línea de parentesco (Condarco, 1970). Esta modalidad de "habitar el territorio atravesándolo" (Platt, 2008), unida a un patrón habitacional que incluía formas de múltiple domicilio, propició una forma de control político y económico de territorios discontinuos a diferentes altitudes que se lo vino a llamar el "archipiélago vertical" (Murra, 2002). En este contexto, los productores se veían obligados a viajar con frecuencia para intercambiar productos suntuarios, materias primas y alimentos básicos. Antes de la colonia, no existía en los Andes meridionales un gremio especializado de comerciantes, sino que eran los mismos productores los que viajaban para intercambiar productos (Murra, 2002; Salomon, 1986). Fueron, sin embargo, los llameros de tierras altas los que se hicieron pronto con el control de las actividades de intercambio, merced a su acceso privilegiado a los medios de transporte (Medinaceli, 2011).

combinando con la incapacidad económica y política de los sectores dominantes de implantar en la región un capitalismo agrario sólido (Platt, 1982b; Langer, 2004). Esto implicó, por un lado, el rebrote de formas de articulación entre actores indígenas locales ubicados en espacios económicos y ecológicos distintos por medio de relaciones de parentesco ficticio (Langer, 2004) y, por el otro lado, un repetido rechazo por parte de grupos indígenas a una integración vertical y total en la economía minera de exportación (Platt, Bouysse-Cassagne y Harris, 2006).

Las relaciones económicas personales y basadas en el compadrazgo garantizaban alianzas constantes con socios comerciales y acceso a productos a lo largo de varias generaciones, además de formas de trueque a tasas de intercambio relativamente estables (Platt, 1992). Esto se contraponía a una economía mercantil fuertemente fluctuante y, en el caso de la minería, fuertemente vinculada a los caprichos de políticas monetarias ajenas. De estas dinámicas se deduce una variedad de estrategias por parte de los sectores indígenas que alternan formas de resistencia (Stern, 1987a), apropiación (Abercrombie, 1998) y propuestas propias que, en algunos casos, a pesar de la subordinación de estos grupos, alcanzaban limar los excesos de poder (Arnold y Hastorf, 2008) de los flujos capitalistas globales y de las instituciones dominantes.

Los trabajos reunidos en *La participación indígena en los mercados surandinos* documentan la larga historia (colonial y republicana) de vinculación de comunidades indígenas con el mercado. Surge así un cuadro complejo de las diversas estrategias y lógicas que los actores andinos desplegaron en diferentes momentos y lugares para relacionarse con el mercado y con el Estado. Uno de los argumentos centrales de este libro sostiene que, lejos de resistir a la mercantilización o ser víctimas pasivas de una comercialización forzada, las comunidades indígenas desplegaron estrategias propias que les permitieran vincularse al mercado en sus propios términos. Algunos colaboradores del volumen enfatizaron que estas "estrategias andinas se mueven en los márgenes que las fuerzas globales permiten, pero, a su vez, ponen límites a esas fuerzas e influyen sobre ellas" (Harris, Larson y Tandeter, 1987: 39). Otros (Stern, 1987b) subrayaron la capacidad de las estructuras sociales de sectores indígenas andinos de articularse y apropiarse de elementos e instituciones económicos

—el mercado— externos y oficiales, resignificándolos, de una forma que les permitía fortalecer su propia estructura económico-política interna. La contribución más significativa de estos trabajos ha sido el desafío de "recuperar la perspectiva de los actores andinos en sus opciones frente a los mercados" (Harris, Larson y Tandeter, 1987: 41). Este desafío, que parece haberse desvanecido en los estudios sobre economía informal que se realizaron en el contexto de las políticas neoliberales[22], es el que intentamos asumir en nuestro trabajo.

En los años 1980, una serie de trabajos en La Paz y Cochabamba (Calderón y Rivera 1984, Rivera y Calderón, 1985; CERES[23], 1981; Dandler y Anderson, 1982; Blanes, 1984; Dandler, 1987; Dandler y Medeiros, 1988; Albó, Greaves y Sandoval, 1981) demostraron que las economías populares urbanas estaban estrechamente vinculadas

22 Los trabajos sobre la economía informal en Bolivia representan contextualizaciones nacionales de las escuelas de pensamiento ya mencionadas. Instituciones como la Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas (UDAPE), el Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA) y el Instituto Nacional de Estadística (INE) han dedicado muchos esfuerzos para comprender la economía informal en Bolivia y muchos de estos esfuerzos han sido dirigidos a medir o ilustrar estas actividades económicas a partir de indicadores y metodologías importadas. En cierta forma, estos trabajos están enmarcados en los debates sobre modernidad e integración que comenzaron en los años 1950 en América Latina. Gran parte de los trabajos surge a manera de explicar las implicaciones de la crisis económica y los ajustes estructurales de fines de los 1980 (Casanovas, 1988a; Escobar de Pabón, 1990; Larrazábal, 1993). Con base en este reconocimiento de la preponderancia de la economía informal en Bolivia, se pretende diagnosticar su alcance y establecer patrones que permitan su análisis en forma sistemática (Casanovas, 1988b; Doria Medina, 1988; Escobar de Pabón, 1990). Otros trabajos colocan estas actividades económicas en un largo proceso de formación capitalista y conflictos entre sectores laborales y capitalistas (García Linera, 1999) y cómo estos procesos se insertan en los circuitos globales de producción (Blanes, 1991; Rossell y Rojas, 2001). Los trabajos más recientes que surgen de los informes de desarrollo humano responden, en cierta forma, a la visión legalista de de Soto, el capital social, y presentan una visión normativa de una "economía de base ancha" (PNUD, 2005). A pesar de estos esfuerzos, pocos son los estudios que pretenden comprender estas actividades económicas desde la perspectiva y las lógicas de los actores. En este sentido, argumentamos que los estudios sobre informalidad, economía popular o globalización desde abajo no han reconocido las formas en que estas estrategias económicas están enlazadas con un largo proceso de exclusión/racismo y estrategias de adaptación y resistencia.

23 Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social, Cochabamba, Bolivia.

a las estrategias de diversificación y movilidad espacial desplegadas por las economías campesinas/indígenas. De manera paralela a lo que sucedía en el Perú en la misma época (Long y Dandler, 1979; Long y Roberts, 1984), esta línea de investigaciones representó una crítica contundente a los planteamientos y supuestos dicotómicos de la teoría de la modernización; los campesinos y/o indígenas andinos no vivían en un mundo rural "tradicional" desvinculado del mercado y la modernidad y su "integración" al mercado —o migración a la ciudad— no conllevaba una ruptura con ese mundo supuestamente tradicional. Algunos de estos estudios también subrayan que es a partir de la ampliación de las dinámicas y lógicas propias de la economía campesina (indígena/andina) de base familiar que se desplegaban las estrategias de vinculación con el mercado e integración económica en la ciudad.

En esta línea, una serie de investigaciones contemporáneas ha resaltado de hecho la posibilidad de que prácticas indígenas tradicionales de intercambio, control de rutas de intercambio y de pisos ecológicos distintos hayan funcionado como elementos cruciales en la articulación de las estructuras socioeconómicas locales con la economía de mercado (Frías, 2002; cf. Molina Rivero, 1987). Además, se ha detectado la posibilidad de que estas prácticas tradicionales garanticen mayores posibilidades para los actores económicos andinos de acceder al mercado en su propios términos (cf. Arnold con Spedding, 2009: 142).

En Bolivia, el tema de la informalidad se ubica en este terreno liminal y de encuentro entre las formas de exclusión político-económica desde arriba y las estructuras político-económicas desde abajo consolidadas en los intersticios de la institucionalidad oficial y con una marcada profundidad histórica. Por esta clara preponderancia de estructuras, estrategias y lógicas locales en las prácticas de la así llamada "economía informal" —como también por las más o menos veladas connotaciones raciales que el término adquiere en Bolivia—, en los siguientes capítulos adoptaremos el término de "economía popular".

6.2. La colonialidad del poder y el poder de la intersticialidad

Si bien los diferentes proyectos de construcción de un Estado-nación moderno (impulsados durante los diferentes "horizontes históricos" —ciclo liberal, populista, neoliberal— Rivera, 1993) proponían extender una ciudadanía formal igualitaria para todos, la persistencia de las jerarquías coloniales raciales y étnicas como fundamento de todas las formas de relaciones intersubjetivas de poder —es decir, la colonialidad del poder— convertía estas propuestas en promesas fallidas. En Bolivia, como en muchas partes de América Latina, la colonialidad del poder moldeó la realidad de las promesas e ideales de ciudadanía. A pesar de las reformas radicales y significativas implementadas por los gobiernos de la revolución nacional, la promesa de ciudadanía requería que los indígenas se sometieran a un proceso previo de transformación dirigido desde afuera. Al invocar continuamente la necesidad de un proceso civilizatorio previo, la construcción de ciudadanía para los sectores populares e indígenas ha reconstituido constantemente lo que Chatterjee llama la "regla de la diferencia colonial" (Barragán 1997; Chatterjee 1993), o sea, la reproducción de una multiplicidad de formas de exclusión y barreras.

En las últimas décadas, el proceso de afirmación económica de los comerciantes populares ha sido acompañado por una tendencia por parte de los sectores dominantes de disminuir y, como hemos visto, de invisibilizar los alcances socioeconómicos de estos sectores de origen indígena. Esto acababa alimentando interpretaciones que enfatizaban las carencias estructurales de los comerciantes que impedían desarrollar las maneras y comportamientos apropiados para poder aspirar al rango de clase dirigente. El padre de la iglesia del Gran Poder Nuevo nos comentaba que los comerciantes del barrio constituían una especie de "clase media no burguesa" (Tassi, 2010), por no haber podido o querido "adaptarse" y "refinarse" de acuerdo con las normas —sociales, religiosas y económicas— de la sociedad oficial.

En la perspectiva de este trabajo, lo que nos llama la atención es que los comerciantes populares con los que hemos trabajado generan un camino de ascenso social y conquistan una ciudadanía moderna en un escenario diferente, una afirmación social y una ciudadanía que no presuponen un proceso previo de transformación dirigido por

fuerzas o criterios externos (civilización, modernización, mestizaje, blanqueamiento o lo que fuere). En otras palabras, parecen haber logrado transformar un espacio subalterno y de exclusión en una posibilidad no tanto de integración, sino de afirmación, alternando una serie de estrategias de resistencia y apropiación del mercado y de las institucionalidades dominantes. La conceptualización de una modernidad *ch'ixi* desarrollada por Silvia Rivera (2010a), como modernidad en nuestros propios términos, centrada en una idea de ciudadanía que convive con la diferencia, es tal vez la que mejor logra captar este tipo de afirmación ciudadana y construcción de modernidad por cuenta propia.

A partir de los años 1980, el así llamado "giro cultural" —que se sobrepone a las reformas neoliberales— produjo una tendencia a de-enfatizar políticas, poderes y estructuras globales en el intento de promocionar formas culturales que privilegiaban la "diferencia" y la "identidad" (cf. Santos, 2008). En antropología, esto se concretizaba en una cierta tendencia a leer las prácticas culturales de ciertos grupos y sectores sociales como desvinculadas de procesos macro. En reacción al "giro cultural" y en la ola de la crisis económica, una serie de estudiosos han empezado a analizar la capacidad del capital de fagocitar a las prácticas culturales locales (Comaroff y Comaroff, 2006; Žižek, 1997), a veces pasando por encima la dimensión social y humana de la que se constituyen las prácticas económicas. Ambas posturas parecen proteger jerarquías y conocimientos establecidos. La primera parece enfatizar las identidades locales a expensas de las reivindicaciones para una redistribución más equitativa e invisibilizando una serie de desigualdades (Kohl y Farthing, 2006). La segunda defiende la primacía histórica de la racionalidad moderna como vía de oportunidades de inserción gradual y lineal de los actores emergentes al mercado, desconociendo sus capacidades creativas, desafiantes y generadoras de bienestar, riqueza y cultura.

Los comerciantes populares, que en un primer momento sufrieron de discriminaciones sociales y de las secuelas negativas de los procesos de restructuración económica, han construido espacios económicos abigarrados que les han permitido enfrentar las estructuras convencionales de poder (históricas, legales, económicas etc.). En los momentos de adaptación y resistencia de migrantes

rurales a la ciudad, estos actores populares han visto los espacios intersticiales de la economía como un lugar estratégico para asentar una institucionalidad propia. Esta institucionalidad está anclada en historias de relacionamiento social (compadrazgos, prestes, comunidades, etc.) y provee una solidez sociopolítica. La capacidad de enfrentar y apropiarse de espacios intersticiales en un contexto de "capitalismo salvaje" en sus propios términos proviene de la adaptación de redes familiares/sociales y manejo de territorios "relativamente sólidos" que, a su vez, facilita flexibilidad y agilidad al momento de establecer estrategias de negocio como son el acceso a recursos, la información de mercados y costos. Esto, a su vez, ha permitido establecer un lenguaje y lógicas diferentes a las formas empresariales prevalecientes. Nada de esto hubiera sido posible sin un contexto macroeconómico favorable ni las políticas re-distributivas existentes. Éste será el enfoque del siguiente capítulo.

CAPÍTULO II
El proceso de cambio en Bolivia: ¿una reapropiación del patrón primario-exportador por parte de los actores populares?

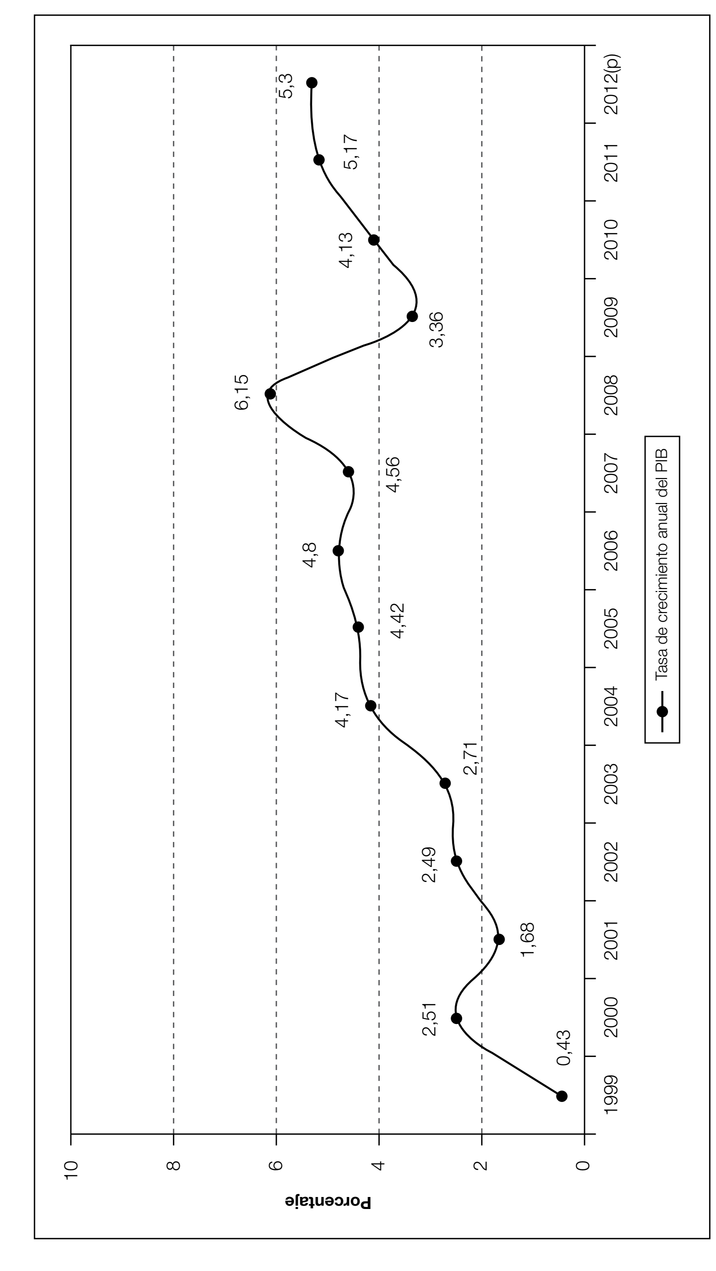
El presente capítulo analiza el contexto macroeconómico en el que se desenvuelve la actividad de los comerciantes populares. En el marco del denominado proceso de cambio, el gobierno del Movimiento al Socialismo (MAS) (2006-2012) ha logrado éxitos económicos que suponen un desafío para los enfoques tradicionales de análisis económico. Los datos confirman que el patrón primario-exportador es el primer motor de la bonanza. Sin embargo, lejos de generar efectos nocivos en la economía, el excedente extractivo parece estar activando dinámicas endógenas de economía popular, así como nuevos patrones de redistribución.

1. Crecimiento económico con equidad: lo que no lograron anteriores gobiernos

Tras la crisis económica de 1999-2003, el gobierno del MAS logró apuntalar un crecimiento económico sostenido, con una tasa promedio de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 4,8% en el periodo 2006-2012 (Gráfico 1). Además, la expansión económica ha tenido lugar con un manejo ortodoxo de la política macroeconómica, a partir del control de la inflación y el déficit público, así como un notable aumento de las reservas de divisas.

Los niveles de crecimiento económico han venido asociados, además, con una notable reducción de los niveles de pobreza en el país, según confirman varios informes. De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2011), la incidencia de

Gráfico 1
Crecimiento económico del PIB (1999-2012)



(p) Preliminar.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del INE.

la pobreza extrema bajó del 37,7% al 26,1% en 2006-2009. Similares cifras ha presentado el informe *Panorama Social de América Latina*, de la CEPAL (2012), que reveló que la pobreza en Bolivia bajó del 61 al 49% y la pobreza extrema del 34 al 25,4% en el periodo 2007-2011 (es decir, una bajada significativa de doce y nueve puntos porcentuales, respectivamente).

A diferencia de países como Perú, el crecimiento económico no se ha concentrado en pocas manos, sino que parece haber beneficiado a clases populares y habría ensanchado incluso las clases medias. Así lo confirma la evolución del índice de Gini[24] (que mide la concentración del ingreso). En Bolivia, descendió de 0,614 a 0,565 en el periodo 2002-2007 (CEPAL, 2012: 78).

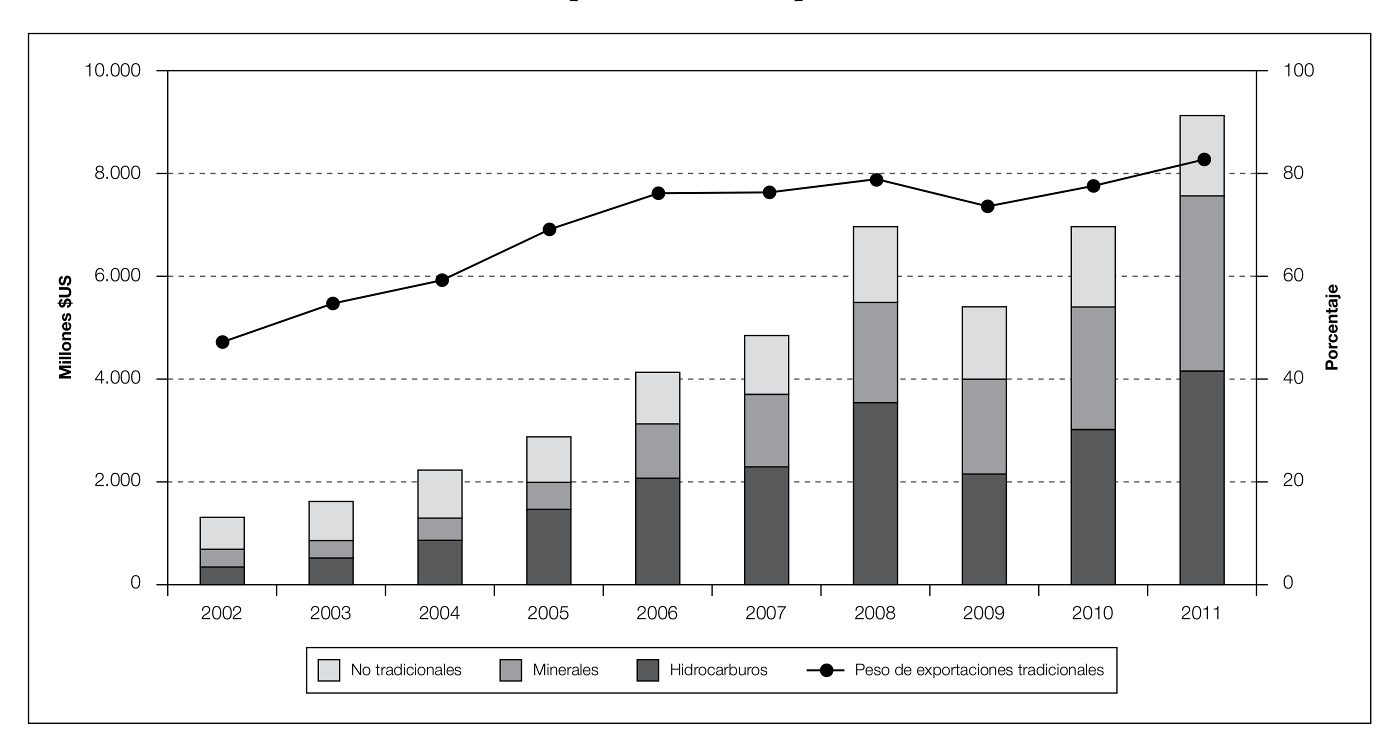
2. El patrón primario exportador como motor de la bonanza económica: ¿un desafío a los postulados de la teoría económica?

Para muchos analistas, el éxito económico de los gobiernos de Evo Morales se debe a un simple factor de suerte del contexto externo. La alta cotización de las materias primas en los mercados internacionales explicaría el éxito económico. De hecho, los datos sugieren la profundización del patrón primario-exportador en el país, fruto del aumento vertiginoso de las llamadas exportaciones tradicionales (hidrocarburos y minerales). En términos monetarios, dichas exportaciones pasaron de representar el 47% del total del valor de las exportaciones al 83% en el periodo 2002-2011 (Gráfico 2).

Ciertamente, el auge de las materias primas ha sido un detonante decisivo del crecimiento económico para toda América Latina. Algunos países —como Perú, Colombia o Brasil— han confiado el desarrollo de su sector extractivo al capital transnacional, exhibiendo tasas explosivas de crecimiento económico y elevados niveles de

24 El coeficiente de Gini es un indicador de desigualdad que mide la concentración del ingreso en una sociedad, donde el valor 0 se corresponde con la perfecta igualdad de ingresos, y donde el valor 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (si una persona acapara todos los ingresos y los demás no tuvieran ninguno).

Gráfico 2
Evolución de la composición de las exportaciones (2002-2011)



Fuente: Elaboración propia, con base en datos del INE.

desigualdad social. Otros países con gobiernos progresistas, como Venezuela, Ecuador o Argentina, han optado por poner el sector extractivo al servicio de políticas sociales. Este neoextractivismo progresista se caracteriza por la recuperación del papel del Estado en la economía y el empleo del excedente extractivo en financiar políticas sociales, que han logrado una reducción importante de los niveles de pobreza en la región, a cambio de notables costos socioambientales y mantener vivo el mito del desarrollismo (Acosta, 2009; Gudynas, 2009)[25].

Se ha situado a Bolivia en este segundo tipo de extractivismo. Sin embargo, el "modelo boliviano" posee un elemento diferencial: la recuperación del papel económico del Estado y la presencia reducida de la inversión extranjera directa se ve acompañada por el protagonismo creciente de los actores populares en la economía. Esta conjunción inédita de actores (Estado y sectores populares) ha propiciado una profunda reorientación en el uso del excedente extractivo, más allá incluso de las políticas del gobierno del MAS. A diferencia de otras épocas, dicho excedente no es administrado por el capital trasnacional o las élites rentistas del país, pero su empleo tampoco se limita a una mera redistribución social por parte del Estado. La creciente presencia de los actores populares en el tejido económico propicia que sea este sector el administrador final del excedente. Sus patrones de inversión y consumo —de naturaleza reticular— han generado dinámicas económicas endógenas, así como lógicas e instituciones socioeconómicas radicalmente distintas a las instituciones rentistas y a las economías de enclave, propias de un país atrapado en la denominada "maldición de los recursos naturales" o "enfermedad holandesa"[26]. No por ello el actual modelo boliviano de desarrollo

25 Pese a los indudables logros sociales, estos autores han alertado de los elevados riesgos que comporta esta apuesta estatal, referidos a la desterritorialización y fragmentación territorial, la reproducción de reglas e instituciones capitalistas, la falta de respuesta política a los conflictos socioambientales que generan las actividades extractivas, el clientelismo político que legitima los impactos sociales y ambientales y la asunción acrítica de la teoría de la modernidad, el progreso material y los enfoques desarrollistas (Gudynas, 2009).

26 La "maldición de los recursos naturales" fue descrita por primera vez en la década de 1960, cuando la riqueza de Holanda aumentó considerablemente tras el descubrimiento de grandes yacimientos de gas natural en Slochteren,

económico escapa totalmente al cuadro clínico de dicha enfermedad, pero sí desafía los postulados, tantas veces descritos por la teoría económica, que ligan el auge del patrón primario exportador a un destino inevitable de rentismo, dependencia y pobreza[27].

En otras palabras, los actores populares no se han limitado a ser meros beneficiarios de bonos y transferencias monetarias, sino que han ocupado nuevas actividades económicas, han acuñado modos propios de gestionar negocios, han desplegado patrones propios de acumulación y redistribución, han rearticulado espacios económicos y, en última instancia, han resignificado el tejido económico. En ese sentido, se sugiere la idea de "reapropiación" del patrón primario-exportador, ya que este desborde económico popular trasciende los designios políticos del MAS y sitúa al proceso de cambio fuera del ámbito gubernamental. El fenómeno merece, al menos, un análisis libre de prejuicios y preconceptos.

3. El rol poliédrico del Estado en la economía: modernización y redistribución

Mucho se ha discutido sobre el papel económico del Estado en Bolivia en términos de redistribución de las rentas del gas. Sin duda, el éxito electoral de Evo Morales en 2009 se cimentó sobre el éxito del Impuesto Directo a los Hidrocarburos (IDH) para ampliar el músculo financiero del Estado y el margen para transferir recursos a la población más desfavorecida, mediante bonos. Dichos bonos han tenido un impacto modesto en términos económicos. De acuerdo con un reciente estudio de la Universidad de Tulane (Nueva

cerca del Mar del Norte. Como resultado, la explosiva apreciación del florín perjudicó la competitividad de las exportaciones no petroleras del país. Además de la sobrevaluación del tipo de cambio, otras patologías de la enfermedad se refieren a la pérdida de competitividad, el auge consumista e importador, la especialización en el sector primario, el desmantelamiento de la industria manufacturera, la consolidación de instituciones rentistas y la dependencia de capitales golondrina, entre otros factores.

27 Pese a las alertas de medios como Nueva Economía o la Fundación Milenio, un estudio encargado por el Banco Central de Bolivia y realizado por el economista Sergio Cerezo (2011) no ha encontrado evidencia empírica de la presencia de los síntomas de la enfermedad holandesa en la economía boliviana (Cerezo, 2011).

Orleans, EE.UU.), habrían contribuido apenas a mitigar los niveles de desigualdad, debido a la existencia de fugas significativas hacia las clases no pobres y al reducido volumen de las transferencias (Paz *et al.*, 2013). Sin embargo, han ejercido un importante efecto de inclusión social y simbólica para los sectores campesinos e indígenas, ligado al ejercicio de derechos consagrados en la nueva Constitución Política del Estado (CPE) de 2009. A diferencia de los bonos, la transferencia del IDH a los gobiernos departamentales y locales sí parece haber dinamizado la economía (especialmente, en las áreas rurales).

Basado en la transformación productiva y la industrialización de recursos naturales a través de empresas públicas, el proyecto de modernización del MAS ha tenido, en cambio, resultados más modestos hasta la fecha. Múltiples factores explican estas limitaciones, tales como el largo periodo de maduración de las inversiones en los sectores metalúrgico y petroquímico, los problemas de gestión y viabilidad empresarial, la falta de personal capacitado e, incluso, la falta de transparencia y la incidencia de problemas de corrupción. Algunos estudios alertan de los pobres resultados de la economía estatal del MAS. Es el caso, por ejemplo, de la investigación de la Fundación Milenio coordinada por Iván Arias (2011), que encontró una sola empresa rentable de una muestra de 14 empresas públicas productivas. La falta de información pública disponible y las limitaciones metodológicas condicionan la fiabilidad de dichas conclusiones[28]. Pero, en todo caso, dan cuenta de la dificultad del gobierno para sacar adelante la agenda productiva ligada a un proyecto de modernización para el país.

Una dimensión menos discutida, sin embargo, se refiere a la permeabilidad del Estado respecto a las demandas económicas e intereses creados de las organizaciones populares. Las presiones

28 La investigación analizó 14 empresas de producción en los rubros de papel, azúcar, cemento, oro y palmito (que acapararon $us 287.000.000 de inversión), de un total de 39 empresas públicas creadas por el gobierno del MAS. Empresas rentables del sector servicios, como Boliviana de Aviación (BOA), quedaron fuera de la muestra. La Empresa Boliviana de Almendras (EBA) resultó la única firma rentable de la muestra, al tiempo que Lacteosbol equilibró sus cuentas y otras empresas —como Cartonbol— operaron con subvenciones estatales (Arias, 2011).

corporativas de varios sectores económicos emergentes en el proceso de cambio (transportistas, cocaleros, cooperativas mineras, ropavejeros o comerciantes de autos "chutos", entre otros) han conducido al gobierno del MAS a adoptar una política ambigua de formalidad y tributación, como hicieron otros gobiernos a lo largo de la historia boliviana. Desde esta óptica, es posible entender muchas medidas económicas del gobierno, tales como la aplicación "blanda" del decreto que prohibió la importación de ropa usada (a partir de abril de 2007), la polémica legalización de autos "chutos" (abril de 2010), el mantenimiento de la subvención al diesel en la crisis del "gasolinazo" (diciembre de 2010), el reiterado retraso de la nueva ley de minería, bloqueada por las demandas del sector cooperativo que no ve con buenos ojos un aumento de los niveles de tributación, o la retirada de la Ley de Extinción de Bienes de Dominio Público de la Asamblea Nacional (noviembre de 2012) por las presiones ejercidas por los comerciantes. Todos estos casos revelan las grandes contradicciones del proceso de cambio.

El ala pragmática y ortodoxa del gobierno del MAS aduce la racionalidad económica de prohibir la importación de vehículos con más de 5 años de antigüedad, exigir la facturación en los mercados, equiparar los precios internos de los carburantes a los mercados internacionales o exigir el respaldo *exprés* de bienes para luchar contra el narcotráfico, pero esas medidas son fuertemente contestadas por grupos corporativos en las bases electorales del MAS. Y el gobierno reconsidera sus iniciativas, cuando no da abiertamente marcha atrás.

En su segunda gestión, desde las elecciones de 2009, el gobierno del MAS parece haberse instalado en una política de titubeos con múltiples niveles de contradicción. La amplia permisividad frente a pequeños ropavejeros se combina con medidas ejemplarizantes de lucha contra el contrabando de gran impacto mediático. El operativo contra "autochuteros" en Challapata, en octubre de 2012, constituye tan solo un ejemplo. Deliberado o no, el resultado de esta forma de gobernar tiene la virtud de cubrir un amplio espectro político, ya que las medidas, aunque contradictorias, atienden demandas de varios sectores. De este modo, y a diferencia de otros gobiernos anteriores que tomaron iniciativas abiertamente antipopulares en el

nombre de la responsabilidad, el gobierno del MAS mira siempre por el retrovisor a los sectores populares, y trata de mantener vivo el cordón umbilical.

Acostumbrados a operar en la falta de reglas determinantes, los actores populares exigen, por su parte, una suerte de Estado "informal", con capacidad para capturar y redistribuir eficientemente las rentas extractivas, pero con manga ancha para aplicar las obligaciones tributarias a los pequeños negocios. Ciertamente, este clima de ambigüedad o desigualdad jurídica resulta un obstáculo desincentivador para el capital privado transnacional, pero ha creado, en cambio, un caldo de cultivo para los negocios populares, que se mueven como pez en el agua en los espacios con normas poco claras o de ambigua exigibilidad.

4. Una economía de base popular: la participación clave de actores populares en sectores económicos estratégicos

De acuerdo con el informe *Doing Business,* del Banco Mundial (2012), Venezuela, Haití y Bolivia son los peores países para hacer negocios en América Latina. De un total de 182 países analizados, Bolivia ocupa el puesto 153, con una caída de seis puntos en el *ranking*. El informe analiza, obviamente, los requerimientos del capital privado, en términos de agilidad de trámites, seguridad jurídica para las inversiones y disponibilidad de servicios básicos de energía y finanzas[29]. Lo que el informe no menciona es que Bolivia constituye estructuralmente un mercado pequeño y fragmentado. Los actores populares hacen negocios en Bolivia en condiciones que otros llamarían precarias, operando en los intersticios del mercado que no ofrecen claros márgenes de rentabilidad al sector privado transnacional. Y, en esas circunstancias, son capaces de crear empleo y generar utilidades. Si hay un nuevo modelo de crecimiento económico en Bolivia, éste se caracteriza por esa inédita combinación de

29 El informe mide el "ambiente para hacer negocios" a partir de 10 variables: trámites para abrir un negocio, permisos de construcción, registro de la propiedad, acceso al crédito, esquemas de protección a inversores, pago de impuestos, comercio transfronterizo, mecanismos para hacer cumplir los contratos y resolver insolvencias, y acceso a la electricidad (Banco Mundial, 2012).

intervención estatal y participación de actores populares emergentes en la economía, combinación en la que ambos actores no se perciben necesariamente como socios confiables entre sí para emprender proyectos económicos de forma conjunta.

En este sentido, se utiliza el término economía de "base popular" a objeto de conceptualizar la participación creciente y directa de los sectores populares en la economía, no ya como ejército de trabajadores informales o actores residuales y subalternos, sino como sujetos económicos con actoría propia y protagonismo en la conducción económica del país. Dicho de otro modo, las modalidades de economía popular se han hecho mayoritarias en el tejido de la economía boliviana[30]. En ese sentido, cabe preguntarse si son entonces los actores populares los que marcan los patrones dominantes de acumulación, inversión y consumo, determinando así el modelo de crecimiento económico[31].

Por ejemplo, se advierte la consolidación de actores populares en sectores transversales de servicios, tales como el transporte y el comercio, así como en actividades de construcción e inversión en bienes raíces (tierras e inmuebles). La emergencia de los actores populares en estos sectores se viene labrando desde hace varias décadas (mucho antes del proceso de cambio del MAS) y se explica a partir de la

30 El concepto de "sector informal" resulta un concepto insuficiente en sí mismo, ya que define a un sector laboral o productivo por sus carencias y no por sus propiedades. Se puede consultar la construcción del concepto de economía popular en el Capítulo I (relativo al estado del arte). A diferencia de la economía informal, que define a los actores informales por lo que no son o lo que deberían ser, la economía popular hace un esfuerzo por analizar las estrategias activas de los actores y reconocerles su actoría.

31 El concepto de economía de "base popular" difiere, por tanto, del de economía de "base ancha", usado habitualmente en las ciencias económicas para referirse a la estructura sectorial del tejido productivo de una economía. En el Informe de Desarrollo Humano en Bolivia de 2005, titulado *La economía más allá del gas*, el PNUD propugna transitar de una economía de "base estrecha", dependiente de las actividades extractivas y de un sector sobresaturado de comercio y servicios, a otra de "base ancha", con miles de productores, procesadores y exportadores competitivos vinculados a la industrialización de recursos naturales. En los últimos seis años, sin embargo, ese "sector sobresaturado de comercio y servicios" se ha expandido a tasas aceleradas, ofreciendo un medio estable de vida, así como un espacio de progreso social y económico a amplios sectores populares.

adopción de estrategias de resistencia, pero también de apropiación y resignificación de instituciones, como forma de superar las barreras históricas de exclusión:

- La conformación de grupos populares de transporte interprovincial se produjo tras la liberalización de la economía en la década de 1980. La antropóloga Alison Spedding (2009: 207) ha subrayado el papel positivo que desempeñó el Decreto 21060 (1985) para liberalizar el transporte interprovincial, al destruir los oligopolios de los sindicatos regionales dominados por transportistas vecinos, quienes habían obstaculizado históricamente los intentos de grupos subalternos de entrar en el negocio. También se abrieron los mercados agropecuarios, ya que generalmente los transportistas eran, además, rescatistas.
- El afianzamiento de redes familiares de comerciantes populares se ha producido en ausencia de políticas expresas de apoyo gubernamental, a diferencia de otros sectores productivos (agricultores, artesanos o cooperativistas mineros) que sí han recibido apoyos directos o focalizados. Esta consolidación se ha producido merced a la existencia de claras ventajas competitivas (estructuras de costos bajos y enorme flexibilidad operativa), fraguadas en su amplia experiencia como operadores "informales". Además, los comerciantes populares han apostado, desde hace décadas, por desarrollar una institucionalidad propia. Esta autonomía les ha servido para mantenerse a distancia del poder estatal y ha dado más consistencia a su proceso de emergencia social (véanse capítulos IV, V y VI).

Pero, además, por primera vez en la historia boliviana, varios sectores populares participan en la captación directa de rentas extractivas (cooperativas mineras, cocaleros, sindicatos castañeros, pequeños soyeros, organizaciones indígenas ligadas al sector maderero, incluyendo a otros grupos que realizan hasta negocios ilícitos con la explotación de recursos naturales):

- Las cooperativas mineras reúnen una importante fuerza laboral (entre 100.000 y 120.000 trabajadores/as, según la fuente) con gran capacidad de movilización social, lo que las ha convertido

en aliado estratégico del gobierno del MAS. Ese auge político y económico coexiste con prácticas de semi formalidad y baja tributación al Estado.

- Las actividades de explotación de madera y beneficiado de castaña ya no son patrimonio exclusivo de las élites blancas en tierras bajas. De forma creciente, las organizaciones indígenas y los sindicatos campesinos escalan posiciones en la cadena productiva de estos rubros para participar directamente de la creación de valor agregado.
- De igual modo, se advierte un fenómeno de democratización de la elaboración de pasta base de cocaína y otros negocios ilícitos relacionados con la explotación y contrabando de recursos naturales. Precisamente, esta composición de pequeños productores diferencia el negocio de la cocaína en Bolivia de otros países andinos, como Colombia o Perú, caracterizados por la presencia de grandes carteles del narcotráfico.

La pujanza de estos actores ha dado lugar también a la consolidación de nuevos patrones de inversión, acumulación y/o redistribución, con amplios efectos multiplicadores o de derrame (*trickle down*) en el conjunto de la economía. Desde hace décadas, se utilizan términos como "informalidad" para denominar las lógicas económicas que se escapan a los parámetros convencionales. Sin embargo, esta categoría de análisis resulta tan vaga y carente de potencial explicativo como llena de prejuicios[32]. Se utiliza también el enfoque de la "economía popular", que reconoce la actoría de los sujetos y ha dado pie al análisis de varias experiencias, pero cuyas intuiciones positivas no han sido desarrolladas aún en un cuerpo analítico. En este trabajo, se pretende arrojar nueva luz sobre la institucionalidad, lógicas y prácticas microeconómicas de gestión adoptadas por los comerciantes populares, con el fin de conocer mejor su perfil, más allá de los imaginarios, y poder valorar así su rol en el modelo de desarrollo económico.

32 Un análisis más detallado de los posicionamientos teóricos para analizar la informalidad y la economía popular se encuentra en el Capítulo I, relativo al estado del arte.

5. La explosión de depósitos y créditos financieros: "que la plata no duerma"

El análisis de los datos macro de la economía boliviana ofrece otro apunte sorprendente: la vertiginosa expansión de depósitos y créditos a tasas que promedian el 20% en los últimos años y que superan ampliamente el crecimiento del PIB (Gráfico 3). Entre 2004 y 2012, los depósitos bancarios se multiplicaron por cuatro, al pasar de $us 2.559 a 9.983 millones, según datos de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI)[33]. Tal crecimiento se debe a dos factores: el aumento de renta de base ancha (protagonizado por pequeños ahorristas) y una mejora de los índices de bancarización de la sociedad boliviana[34].

Esta mayor liquidez del sistema se ha traducido directamente en una mayor disponibilidad de crédito. No en vano, el sistema bancario ha expandido su cartera crediticia de forma paralela, al pasar de $us 2.420 a 7.612 millones en igual periodo. El crédito se acelera especialmente a partir de la abultada victoria electoral del MAS en diciembre de 2009. En 2010, la tasa de expansión del crédito se disparó al 29,2%, manteniéndose en 25,4% y 21,9%, en 2011 y 2012. Son estos últimos años también los que registran unas ganancias récord en la banca boliviana. Según la ASFI, el sistema bancario ganó $us, 734,5 millones en el periodo 2006-2011, frente a $us 44,5 millones en 2001-2005. En 2011, las ganancias se dispararon a $us 169,6 millones, si bien la Asociación de Bancos Privados de Bolivia (ASOBAN) y el gobierno nacional manejan cifras de $us 180 y 270 millones, respectivamente[35].

Si se analiza la composición sectorial de la cartera de préstamos, se advierte que la expansión ha sido mayor en los sectores de comercio

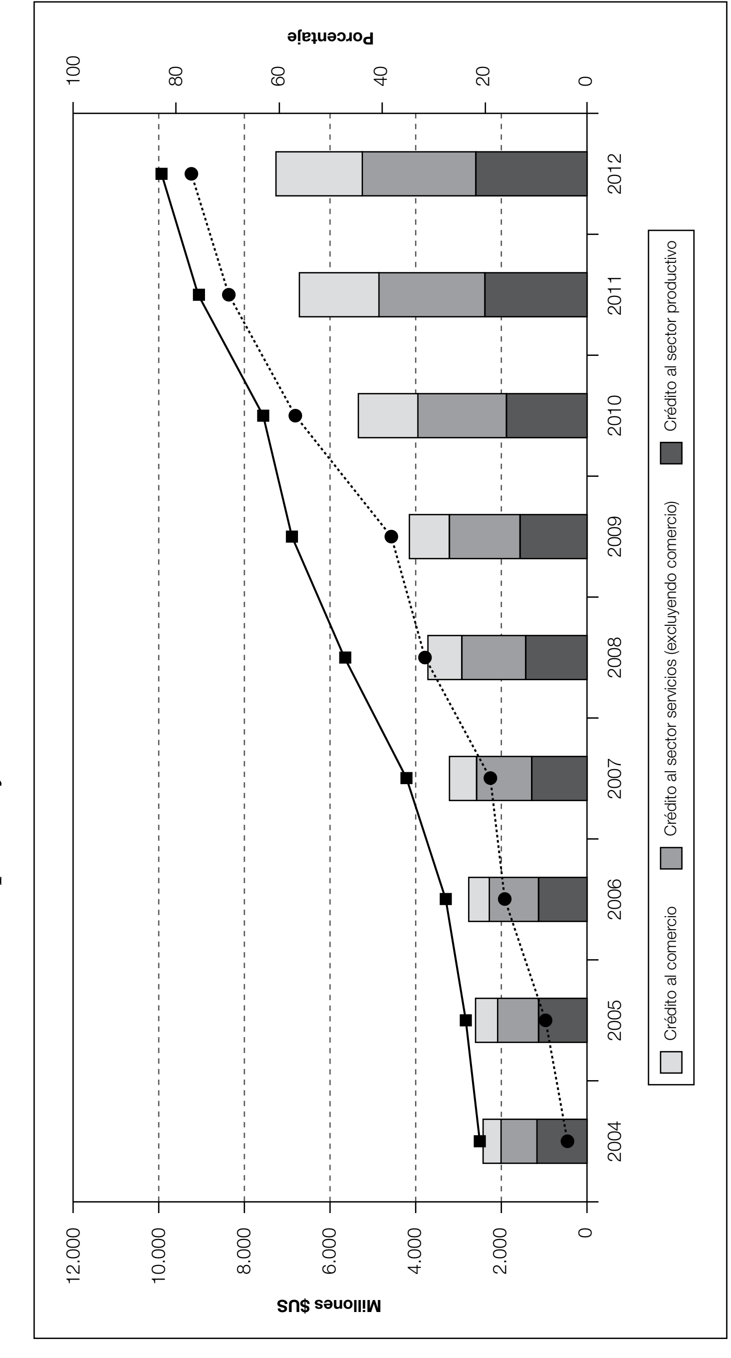
33 Los datos correspondientes de depósitos y créditos bancarios suministrados por ASFI y ASOBAN para 2012 se refieren solamente hasta el mes de septiembre.

34 Según datos de la ASFI, la red financiera se duplicó en el periodo 2007-2012. Si en 2007 sólo existían 1.813 puntos de atención financiera en el país, en septiembre de 2012 ascendían ya a 3.736.

35 Entre 2001 y 2005, la banca boliviana registró utilidades reducidas debido a las pérdidas de $us 20,2 millones (2001) y las pérdidas de $us 5,1 millones (2004) (*Página Siete*, 27 de agosto y 1 de septiembre de 2012).

Gráfico 3

Evolución de depósitos y créditos bancarios en Bolivia (2004-2012)



Fuente: Elaboración propia, con base en datos de ASFI y ASOBAN.

y servicios (no tanto en el sector productivo), lo que refleja la pauta del modelo de crecimiento económico en Bolivia[36]. Según datos de la ASFI, el crédito al comercio creció a tasas del 49%, en 2010, y del 32%, en 2011. Si en 2004 los créditos al sector comercio representaban apenas un 16% de la cartera de préstamos bancarios, en 2012 suponían ya un significativo 27,4%. Otros estudios elevan su peso incluso hasta el 29%[37].

Otro indicador de la expansión del comercio se debe al auge de los microcréditos, modalidad de préstamos tradicionalmente ligada a la actividad comercial, con tasas de crecimiento del 36,7% en 2012[38]. A este respecto, el desarrollo de las microfinanzas ha sido especialmente notorio en el departamento de La Paz, y en El Alto en particular. Según la Asociación de Entidades Financieras Especializadas en Micro Finanzas (ASOFIN), El Alto acaparaba $us 421,8 millones de microcréditos en junio de 2012 (el 14,68% de la cartera total del país), y 113.393 de prestatarios (el 17% de todo el país). Es decir, aproximadamente, una de cada cinco personas de la población económicamente activa de El Alto es sujeto de microcrédito. Los datos de ASOFIN revelan, además, que la cartera de la ciudad tenía el promedio crediticio más modesto ($us 3.720) y gozaba del índice de mora más bajo del país (apenas un 0,66%).

---

36 Por su importancia, se ha desglosado el comercio del resto del sector servicios.

37 De acuerdo con un estudio de la Fundación Jubileo, el comercio acaparó el 29% de los créditos otorgados por el sector financiero boliviano en el año 2011, frente al 23% concedido a servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler (que incluye bienes inmuebles, alquiler de maquinaria, equipos de oficina, entre otros), 14% a la industria manufacturera, 14% a la construcción, 9% a otras actividades de servicios (por ejemplo, transporte, almacenamiento y comunicación, entre otros), 5% al sector agropecuario, 3% a servicios sociales, comunales y personales, 1% a minería e hidrocarburos, y 1% a intermediación financiera (*Cambio*, 24 de mayo de 2012).

38 Los microcréditos experimentaron un crecimiento del 36,7% entre junio de 2011 y junio de 2012, frente al aumento del 23,3% en el segmento de PYMEs en igual periodo (ASOBAN, Nota de Prensa, 17 de septiembre de 2012). Por otro lado, según datos de ASOFIN, los microcréditos al área rural se multiplicaron por siete en el periodo 2005-2012, al pasar de $us 91 millones en 2005 a $us 658 millones en junio de 2012.

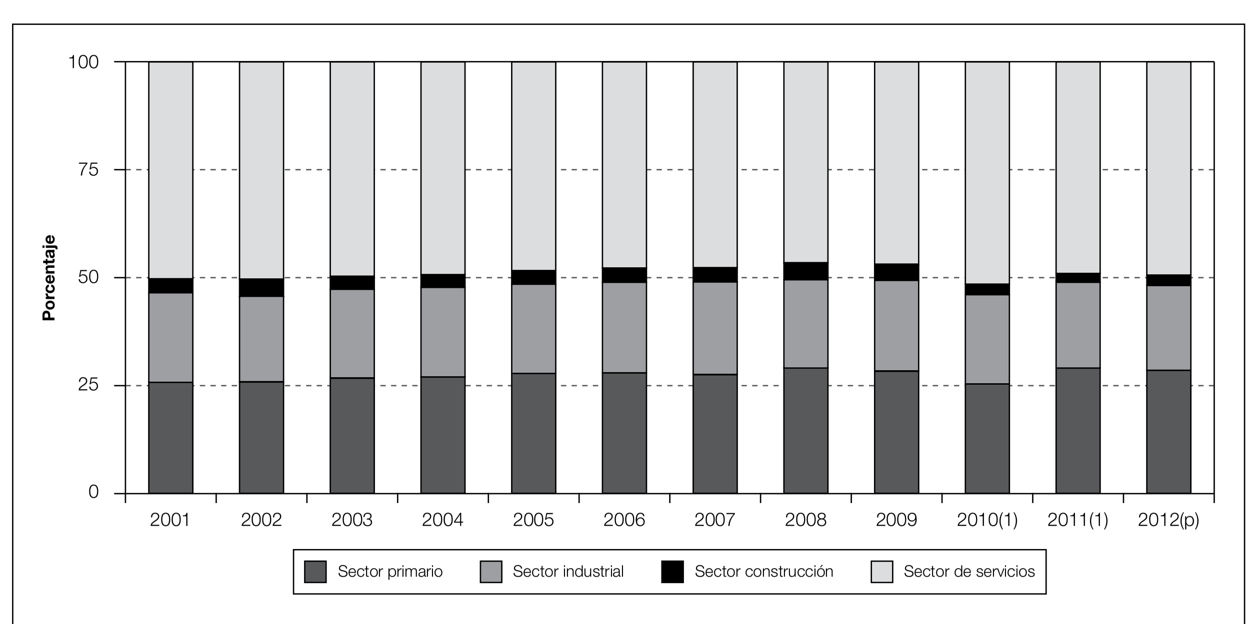
Por otro lado, las autoridades económicas han impulsado la "bolivianización" de la economía a través de la apreciación del peso boliviano frente al dólar americano, el incremento del encaje legal para depósitos en dólares en las entidades financieras y la compra-venta de títulos valores por parte del Banco Central de Bolivia (BCB). Según datos de la ASFI, si apenas el 4,17% de los créditos de 2004 se concedían en bolivianos, el porcentaje escaló progresivamente al 38,4% en 2009. La segunda gestión del MAS coincide también con una profundización de este fenómeno, ya que la importancia de la moneda nacional en la cartera crediticia saltó al 57,3% en 2010, el 70% en 2011 y el 77,4% en 2012 (Gráfico 3). De acuerdo con el presidente de ASOBAN, la "bolivianización" del sector financiero comporta claros beneficios para el país. Por un lado, mejora la red de seguridad mediante el respaldo de liquidez del Banco Central de Bolivia y, por el otro, mejora la efectividad de las políticas monetarias y económicas (ASOBAN, Nota de Prensa, 29 de octubre de 2012).

6. El auge del sector servicios ligado a negocios familiares, esquemas de autoempleo, pluriempleo y amplias bolsas de empleo por cuenta propia

Otro rasgo de la economía boliviana es su creciente perfil de servicios en detrimento del peso de los sectores productivos. Si, en 2001, la agricultura e industria representaban el 15,76% y 20,43% del PIB, en 2011, su peso ha retrocedido ligeramente al 14,93% y 19,55%, respectivamente. La expansión del sector primario del 25,89% al 28,68%, en igual periodo, se debe a la reactivación de las actividades extractivas, que no se ha visto traducida en una expansión paralela del sector industrial (Gráfico 4). Pero tampoco parece confirmarse la tesis de la "enfermedad holandesa". Los datos oficiales no parecen subestimar las actividades informales, concentradas mayormente en servicios (comercio y transporte, entre otros), por lo que el peso del sector terciario podría ser mayor al 50% que arrojan las estadísticas del INE.

Según la confederación de gremiales de Bolivia, la actividad comercial ha crecido en los últimos años a tasas anuales entre el 15 y 20%, existiendo en la actualidad alrededor de dos millones de

Gráfico 4
Estructura sectorial de la economía boliviana (2001-2012)
Producto Interno Bruto (PIB) a valores básicos



(1) Los datos de 2010, 2011 y 2012 se refieren al primer trimestre del año, lo que supone un sesgo de infravaloración del sector de la construcción debido a la época de lluvia.

(p) Preliminar.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de UDAPE e INE.

comerciantes por cuenta propia en el país[39]. La expansión del sector servicios convive paradójicamente con la acentuación del patrón primario-exportador y el ligero retroceso de la industria, lo que supone una fuente de riesgo y vulnerabilidad para la economía boliviana. Según varios analistas, solo la industrialización de materias primas podría propiciar una economía de "base ancha" y, en consecuencia, un patrón sostenible de desarrollo económico en el tiempo (PNUD, 2005; Wiggings *et al*., 2006; Gray Molina, 2007).

La expansión del sector terciario está ligada a la proliferación de unidades productivas familiares o semiempresariales, caracterizadas por el apoyo de familiares cercanos como personal de confianza y la contratación de redes de ahijados como trabajadores eventuales. De acuerdo con la categorización estadística del INE de Bolivia, estas unidades, junto con las domésticas, conformarían el "sector informal", lo que resulta una simplificación excesiva y llena de distorsiones[40]. Se pone de relieve, una vez más, que el uso convencional de categorías de análisis dicotómicas (formal-informal, unidad familiar-empresarial, por cuenta propia-ajena) o excesivamente estereotipadas (emprendedores, microempresas) no ayuda a recoger la realidad del empleo o del tejido productivo en Bolivia.

Con todo, la mayoría de los estudios disponibles insiste en las altas tasas de informalidad de la economía boliviana. Los indicadores aproximados utilizados para medir la informalidad varían desde el tamaño relativo del sector informal sobre el PIB, el porcentaje de empleo informal respecto al empleo total y la participación de trabajadores en empresas informales (Cuadro 1). En todas las

---

39 Las cifras oscilan entre 1,5 y 2,5 millones de comerciantes por cuenta propia (informales) en el país. Véanse las declaraciones de dirigentes de la confederación de gremiales en diferentes medios: Radio FIDES, 13 de diciembre de 2011; *El Día*, 21 de octubre de 2012; y *Página Siete*, 25 de octubre de 2012.

40 El Instituto Nacional de Estadística (INE) de Bolivia definió al sector informal urbano como "segmento económico que identifica unidades productivas o negocios de escaso nivel de organización e incipiente uso de capital y tecnología" (UDAPE, 2007: 3). Sin embargo, a la hora de elaborar estadísticas, define "sector informal" como la suma de unidades productivas de tipo familiar o semiempresarial (menor a 5 personas), con independencia de su nivel de organización o uso de capital y tecnología.

estimaciones, Bolivia figura como el país con mayor nivel de informalidad, por encima del 65%, a la cabeza del contexto regional e, incluso, mundial. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2004) estimó que el empleo informal alcanzaba el 67% del empleo total en Bolivia y el estudio de Velazco Reckling (2010), impulsado por AOS y la Fundación INASET, situó el alcance del empleo informal en el 73% de la población económicamente activa (PEA). Esta situación laboral afecta especialmente a las mujeres. Según un estudio de la OIT y el PNUD (2009), sólo el 10% de la PEA femenina en el país tiene acceso a los beneficios y garantías de seguridad social.

Cuadro 1
Comparación de mediciones de informalidad en América Latina (2004-2007)

País	Tamaño relativo del sector informal (% PIB)	Porcentaje de empleo informal sobre empleo total	Porcentaje de empleo informal sobre PEA (1)	Participación de trabajadores en empresas informales
	(Schneider y Buehn, 2007)	(OIT, 2004)	(Velazco Reckling, 2010)	(Gasparini y Tornarolli, 2006)
Argentina	25,8 (2)	44	–	44
Bolivia	**67,9**	**67**	**73**	**77**
Brasil	40,1 (2)	46	–	55
Chile	20,4	39	–	37
Colombia	40,2	62	–	71
Ecuador	35,0 (2)	55	–	66
Honduras	49,7 (2)	56	–	64
México	31,1 (2)	41	–	54
Panamá	64,9 (2)	43	–	50
Perú	60,6	56	–	69

Fuente: Elaboración propia, a partir de UDAPE (2007: 6), Schneider y Buehn (2007), OIT (2004), Velazco (2010) y Gasparini y Tornarolli (2006).

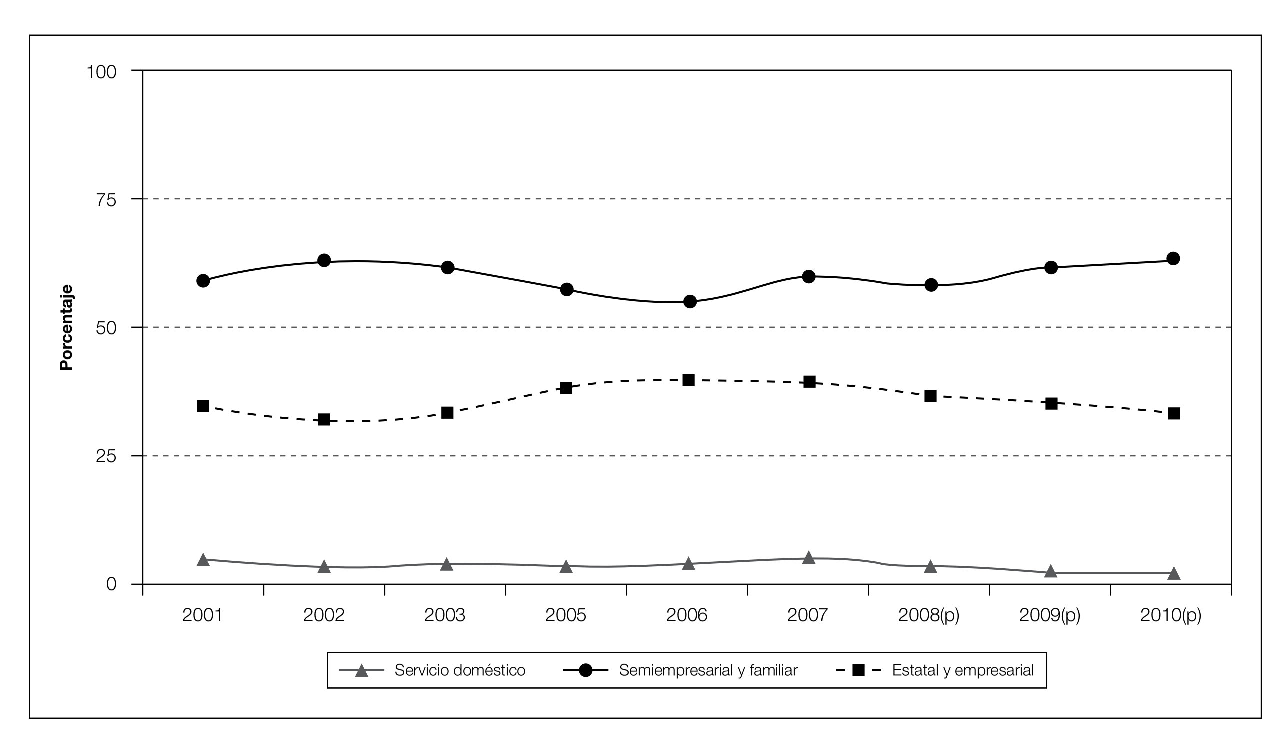
(1) PEA = Población Económicamente Activa. (2) Datos de 2005.

La denominada "informalidad" parece un fenómeno estructural de la economía boliviana, pero, además, parece operar con una lógica inversa a los postulados que predica la teoría económica. A diferencia de otras economías en las que la familia o las pequeñas empresas constituyen una salida laboral en periodos de crisis, en Bolivia, este tipo de empleos se expanden en tiempos de bonanza económica. Si, al inicio del proceso de cambio en 2006, representaban el 55,4% del mercado de trabajo, cinco años de ininterrumpido crecimiento económico los llevaron al 63,5% (Gráfico 5). Inversa evolución experimentó el empleo estatal y empresarial, cuya participación en el mercado laboral descendió de 40,3% a 33,8% en igual periodo. Es decir, las estructuras familiares y los micronegocios (menores a 5 empleados) parecen operar como recurso para aprovechar las oportunidades del crecimiento económico, al alcance de los sectores populares, tal vez porque los costos asociados a la formalidad son muy elevados, conclusión confirmada por recientes investigaciones del mercado laboral boliviano realizadas por el Instituto de Estudios Avanzados en Desarrollo (INESAD) (*La Razón*, 4 de noviembre de 2012).

Otro rasgo del sector servicios que escapa totalmente a las estadísticas es el pluriempleo, fenómeno que afecta especialmente al comercio, al tratarse de una actividad compatible con otras actividades humanas y laborales. De ese modo, prolifera la figura de comerciantes a tiempo parcial y/o discontinuo, comerciantes de fin de semana o de periodo vacacional. El pluriempleo se constituye así en una vía para complementar ingresos y en un recurso también para aprovechar la bonanza económica. No son pocos los transportistas, estudiantes, profesores, investigadores e, incluso, policías, quienes combinan su trabajo con actividades comerciales. La presencia de policías en el sector comercial rompe la idea de la informalidad como actividad residual. En muchos casos, son comerciantes informales mayoristas los que proveen a policías para realizar comercio de menudeo.

El análisis revela que la "informalidad" no es un fenómeno nítido ni fácil de describir. El proceso de cambio ha hecho el debate sobre la informalidad si cabe más visceral en Bolivia. Llaman, por ejemplo, la atención las palabras del Presidente del Banco Central, que afirmó que "gracias a Dios, todos somos informales; si no, estaríamos

Gráfico 5
Evolución de los tipos de empleo en Bolivia (2001-2010)



(p) Preliminar.

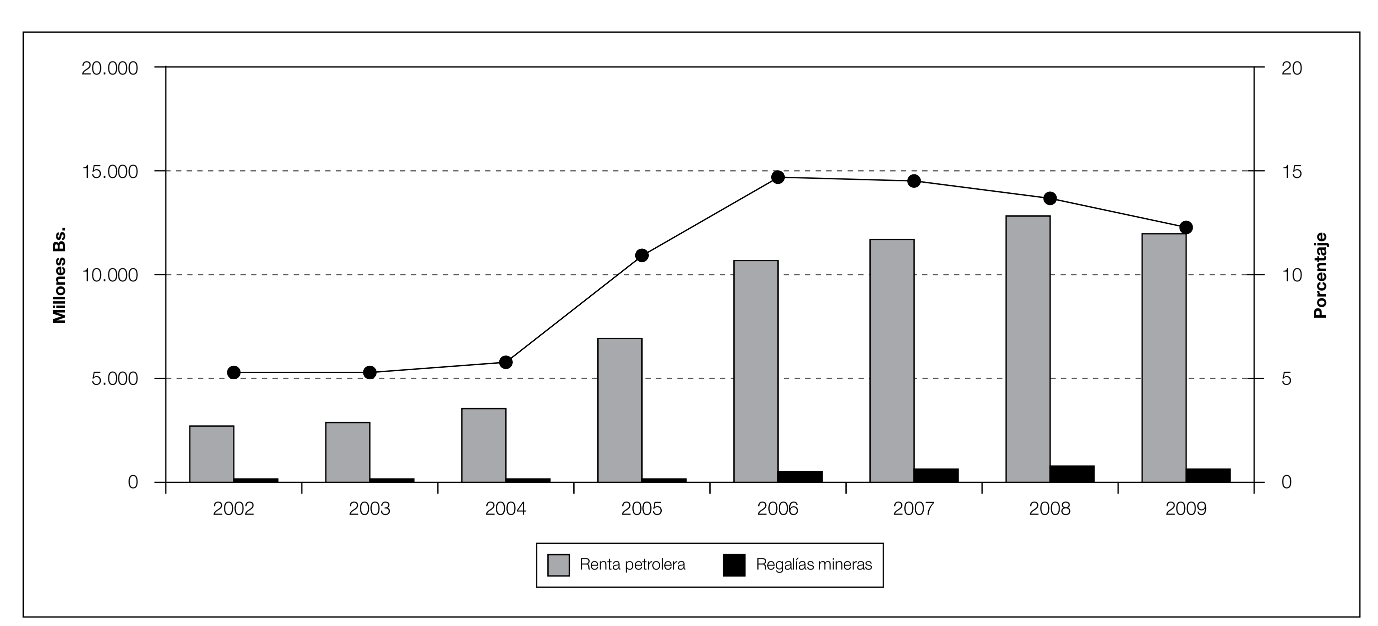
Fuente: Elaboración propia, con base en datos de UDAPE e INE.

muriéndonos de hambre. Si todos tuviéramos que legalizarnos y pagar todos los impuestos, incorporar a todos nuestros trabajadores a la seguridad social" (*Cambio*, 30 de septiembre de 2011). Pero estos golpes de franqueza coexisten con las opiniones más convencionales vertidas por expertos. Así, por ejemplo, Armando Méndez, miembro de la Academia de Ciencias Económicas, sostiene que "la informalidad es la que detiene y hace que no se aproveche el buen momento económico. A causa de ésta, no existen megaproyectos" (*La Razón*, 25 de noviembre de 2012). Desde una óptica más progresista, pero no menos dogmática, se subraya también la capacidad del comercio popular de reproducir estructuras de explotación. A este respecto, el CEDLA ha denunciado que la lista de ocupaciones peor pagadas está formada por choferes asalariados, obreros de la industria manufacturera y vendedores informales, que ganan apenas un promedio de Bs. 4,5 por hora y son mayormente mujeres (2012). Todo ello sugiere que los imaginarios del comerciante "primitivo" (invasor de calles), o del comerciante "desclasado" (capaz de vender a su madre) siguen latentes en los análisis.

7. El excedente extractivo como tracción importadora de bienes de consumo

La fuerte expansión de las exportaciones se ha traducido en un aumento considerable de la renta extractiva en los últimos años, tanto en el sector de hidrocarburos como en la minería. Sólo la renta petrolera del Estado, por ejemplo, se multiplicó por cinco, desde Bs. 2.610 millones, en 2002, hasta Bs. 12.779 millones, en 2008 (Gráfico 6). Dos son los principales mecanismos de canalización de la renta extractiva. Creado en 2005, el Impuesto Directo a los Hidrocarburos (IDH) ha gravado la producción de las transnacionales, contribuyendo a expandir notablemente la renta petrolera del país (Gráfico 6). Esta afluencia de recursos ha sido inyectada en la economía por el gobierno del MAS, a través de un amplio abanico de bonos y transferencias directas hacia las familias (en especial, en el área rural). Como se ve en el Gráfico 6, las regalías captadas por el Estado en el sector minero son escasas. En este sector, han sido las cooperativas mineras los actores que han captado directamente el excedente para verterlo en las economías regionales.

Gráfico 6
Evolución de la renta petrolera en Bolivia (2003-2009)*



* La renta petrolera se ha estimado a partir de los impuestos al sector de hidrocarburos, incluyendo las regalías, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a las Transacciones (IT), el Impuesto Especial a los Hidrocarburos y sus Derivados (IEHD, desde 1996), así como el Impuesto Directo a los Hidrocarburos (IDH, a partir de 2005). Se ha calculado el porcentaje de la renta petrolera en el PIB a precios básicos o costo de los factores (es decir, equivalente a la renta o ingreso nacional).

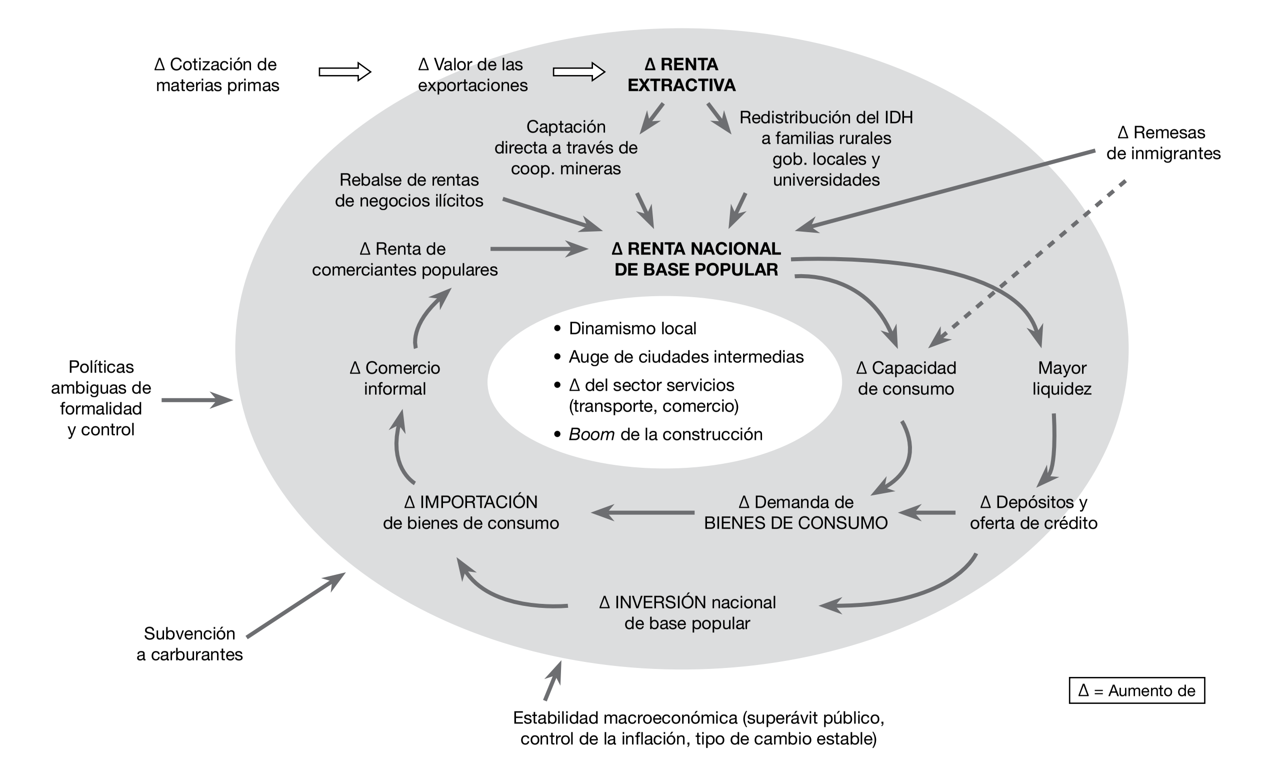
Fuente: Elaboración propia, con base en datos de UDAPE.

Esta notable redistribución de renta hacia los sectores populares y familias rurales, junto con la afluencia creciente de remesas de inmigrantes y el rebalse de negocios ilícitos, ha desencadenado un aumento de la renta nacional de base popular en el país. Esta suerte de "democratización" de la renta ha detonado, a su vez, un círculo virtuoso de carácter endógeno en la economía, a partir de incrementos sucesivos de la capacidad de consumo, la liquidez monetaria, la oferta de crédito y la inversión protagonizada por actores populares en el sector servicios (en especial, comercio) y de la construcción (Gráfico 7). La incapacidad de la industria nacional para satisfacer el fuerte tirón de la demanda ha desencadenado la importación masiva de bienes de consumo para las clases populares. Pero son también populares los comerciantes que mejor pueden interpretar el perfil y necesidades de la nueva demanda, lo que explica que algunos comerciantes aymaras se hayan colocado en el centro del círculo virtuoso de la economía.

De este modo, se explica cómo el auge primario-exportador y el abundante excedente extractivo han operado como fuerza motora de las importaciones, que dispararon notablemente sus volúmenes en los últimos seis años. Sólo en 2011, las importaciones legales (esto es, registradas por la aduana nacional) se expandieron un 37%, al pasar de $us 5.222 a 7.135 millones. Como se observa en el Gráfico 8, el tirón de las exportaciones ha precedido al aumento de las importaciones durante los años del proceso de cambio.

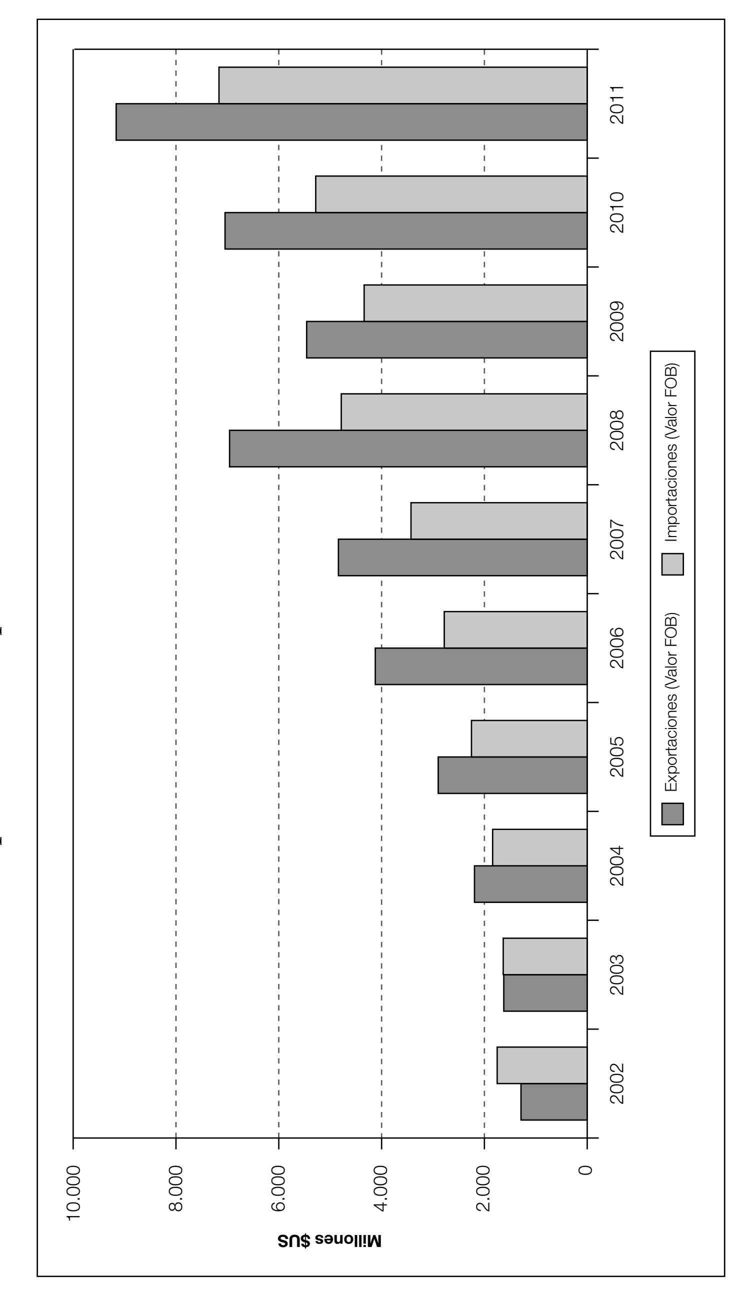
Los datos oficiales arrojan un superávit de la balanza comercial boliviana, si bien no toman en cuenta el fenómeno del contrabando, que amplifica notablemente tanto los flujos de importación ilegal (contrabando de bienes de consumo) como de exportación ilegal (narcotráfico y contrabando de combustibles o madera). Los escasos estudios disponibles utilizan información secundaria para estimar el contrabando mediante variables aproximadas. Es decir, no utilizan información primaria ni consideran modalidades tan extendidas de contrabando, como la práctica sistemática de subvaluar la facturación. Es el caso del estudio encargado por el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) (Kreidler y Rocha, 2005) o el realizado por un grupo de consultores para la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB) (2010). Éste último infirió

Gráfico 7
Patrón primario-exportador reapropiado por actores populares en Bolivia



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8
Evolución de las exportaciones e importaciones en Bolivia (2002-2011)



Fuente: Elaboración propia, con base en datos del INE.

que el contrabando supuso un 21% del comercio legal de 2008, si bien dicho cociente se elevó al 47% para los bienes de consumo[41]. Pese a las limitaciones mencionadas, lo interesante del estudio es que identifica los principales productos objeto de contrabando, así como los puertos de entrada. La Zona Franca de Iquique (ZOFRI) acaparó el 59% del total del contrabando y los rubros más afectados fueron vehículos, automóviles y tractores, así como artefactos electrónicos de imagen y sonido[42].

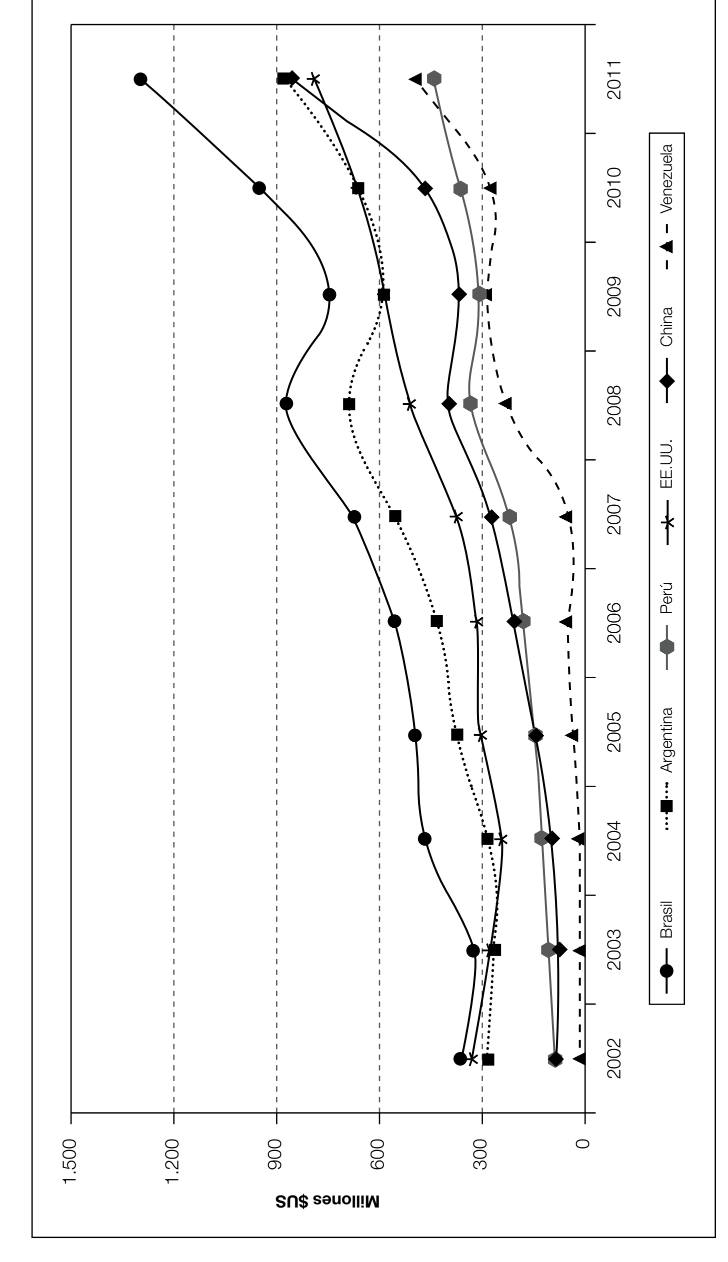
Si se aborda un análisis de las importaciones por países de origen, se advierte que su mayor parte procede aún de países vecinos, como Brasil, Argentina y Perú. Estos tres países acaparaban el 37% del valor total de importaciones en 2011, frente al 41,6% que representaban en 2003. Como se advierte en el Gráfico 9, Brasil y Argentina siguen siendo los mayores países importadores, en detrimento de Estados Unidos, que ha descendido a la cuarta posición en 2011. Por el lado de los ascensos, Perú y Venezuela experimentan crecimientos importantes. En el periodo 2003-2011, las importaciones peruanas se multiplicaron casi por cinco al pasar de $us 98 a 447 millones.

Sin embargo, son las importaciones chinas las que han ganado más mercado en Bolivia. Si, en 2003, Bolivia importó $us 80 millones

41 El estudio estimó un valor de contrabando por $us 1.048 millones en 2008. En la composición del contrabando, la Zona Franca de Iquique (ZOFRI) acaparó el 59% del total del contrabando (en especial, vehículos, tractores y artefactos electrónicos de imagen y sonido), seguido por Brasil, con 23% (calzado, calderas y aparatos mecánicos); Chile, con 9% (máquinas y artefactos mecánicos); Argentina, con 5% (harinas); Perú, con 2% (combustibles y minerales), y Paraguay, con 1% (tabaco). En consecuencia, el estudio concluyó que el contrabando desde el Pacífico representó, al menos, dos tercios del total de ingresos ilegales de mercadería. Además, el cociente entre importaciones legales e ilegales se situó en 21%, si bien el contrabando de ZOFRI ascendió al 69% de las ventas declaradas en dicha zona franca. De acuerdo con la clasificación CUODE, el contrabando de bienes de consumo representó un monto equivalente al 47,4% de las importaciones legales de 2008, mientras que el cociente de contrabando de bienes intermedios y bienes de capital era del 13% y 15%, respectivamente.

42 En el estudio que promovió el IBCE (2005) para analizar el impacto de la importación de ropa usada sobre la economía boliviana se constató que tan sólo el 7% de la ropa usada ingresaba legalmente al país, mientras que el 93% restante procedía de importaciones no registradas (ilegales).

Gráfico 9
Evolución de las importaciones FOB (*free on board*) por países de origen (2003-2011)



Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la Aduana Nacional.

de productos chinos, en 2011, el valor de productos chinos importados escaló a $us 862 millones. Es decir, se multiplicaron por diez en apenas ocho años. Las importaciones se dispararon especialmente a partir de 2011. Si ese año las importaciones bolivianas crecieron a un ritmo del 37%, las compras de productos chinos lo hicieron en un 83%, lo que da idea de la pujanza del comercio por el Pacífico. De este modo, China se situó, en 2011, como segundo país importador (empatado con Argentina), si bien se convertirá probablemente en la primera potencia los próximos años[43].

8. Las mercaderías chinas: una nueva forma de consumir e importar bienes

El apetito importador está más que justificado por el déficit histórico de bienes de consumo existente en el país. Por primera vez en la historia boliviana, amplias capas de la sociedad han accedido a bienes materiales, como automóviles, electrodomésticos, computadoras y electrónica de consumo (celulares, cámaras fotográficas, reproductores de DVD y mp3, consolas de videojuego). Pero lo que llama la atención es que dichos sectores populares emergentes demandan un nuevo tipo de bienes de consumo. No se trata de productos de primeras marcas, certificados o portadores de la última tecnología disponible, sino, más bien, buscan productos de muy bajo costo, pero con diseño y prestaciones aceptables (en otras palabras, imitaciones de primeras marcas).

El papel de China en promover esta dinámica de consumo ha sido clave. Como ya se ha señalado, las importaciones chinas a Bolivia se han multiplicado por 10 en apenas seis años. El fenómeno ha sido tal que algunos medios bolivianos han hablado de avalancha de productos chinos y el gobierno se vio obligado a establecer aranceles (*Página Siete*, 18 de febrero de 2012). Ello no ha impedido a los

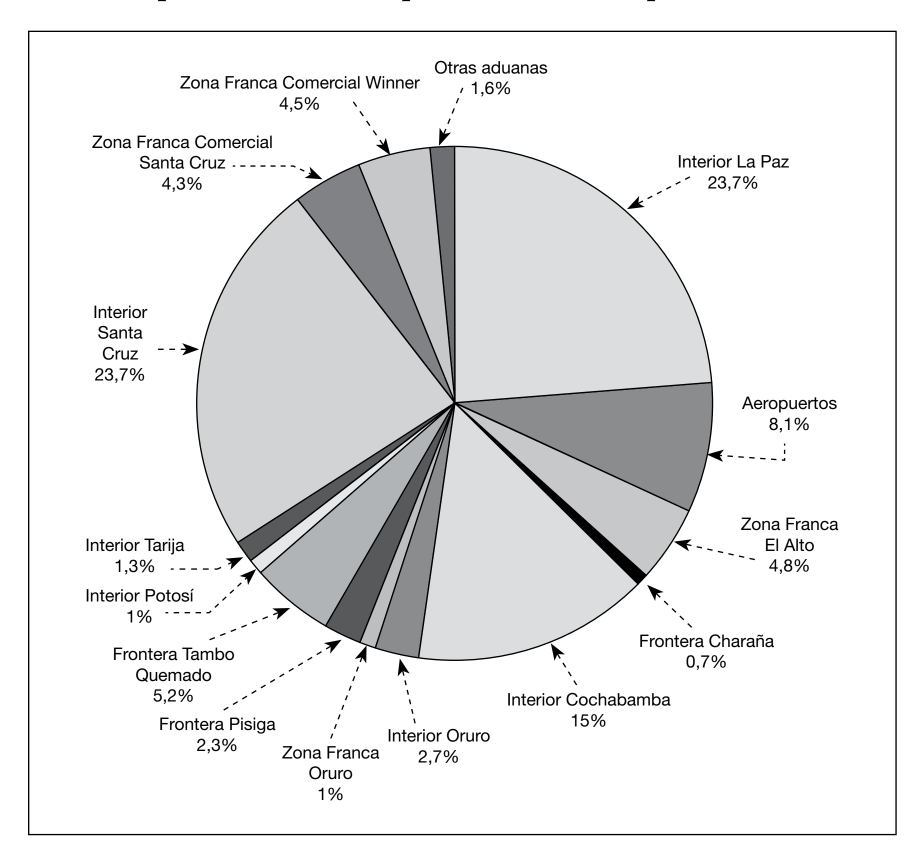
---

43 Las principales aduanas de ingreso fueron Pisiga y Tambo Quemado (en la frontera con Chile), que representaron el 87% de las importaciones chinas en 2011, frente al 75%, en 2005. En términos de despacho, las aduanas del "interior" (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) supusieron el 62,45% del total del valor de productos desaduanizados con procedencia de China. En 2005, estas tres aduanas representaban el 27%, lo que se puede interpretar como una mayor distribución de productos por el territorio nacional.

productos del Extremo Oriente conquistar los mercados populares, sustituyendo a las tradicionales marcas de importación y, en algunos casos, incluso, a los propios productos nacionales. El análisis de la composición de las importaciones chinas a Bolivia en 2011 revela que los vehículos de carga y transporte constituyen el rubro más destacado (por un valor de Bs. 521 millones), seguido de celulares (Bs. 393 millones), computadoras (Bs. 291 millones), prendas de vestir (Bs. 289 millones), calzado (Bs. 289 millones), agroquímicos (Bs. 284 millones), telas sintéticas (Bs. 224 millones), motos (Bs. 215 millones) y juguetes (Bs. 215 millones) (Gráfico 10). Es decir, la mayor parte de las importaciones chinas se materializa en bienes de consumo masivo o bienes que pueden ser también usados como inversión en negocios populares. Llaman la atención los aumentos exponenciales de celulares y motos, dos bienes de consumo por excelencia, cuyas importaciones en 2001 eran tan sólo de Bs. 2 y 3 millones, respectivamente.

Las dimensiones reducidas del mercado boliviano y la semilegalidad en la que operan los importadores populares no han sido un obstáculo para el comercio. En ese contexto, los productores chinos han demostrado una asombrosa capacidad de adaptación a los requerimientos de los mercados locales andinos y, en especial, a la lógica de comercio en pequeños lotes. Por medio de la práctica habitual de compartir espacio en los contenedores, los comerciantes populares acceden, con pequeños pedidos, al esquema de comercio al por mayor con China, que ofrece tasas elevadas de ganancia. Por el otro lado, los productores chinos tienen una política deliberada de distribuir lotes de mercadería a todos los rincones del planeta. A diferencia de los transitarios o expedidores de flete (*forwarders*) de otros países, acostumbrados a operar solamente en rutas mayoristas (con mayores márgenes de ganancia), los expedidores chinos cubren también rutas intermedias y de menor escala. De este modo, los productores chinos se aseguran la distribución a ciudades intermedias. Los datos de la Aduana Nacional de Bolivia revelan que las importaciones chinas en 2011, pese a ingresar en el 87% por la frontera con Chile, se desaduanizaron posteriormente de forma capilar por todo el territorio nacional (Gráfico 10). Si, en 2005, las aduanas "interiores" de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz recibían el 27% del valor de las importaciones chinas, en 2011, despachaban el 62,45% de las mercaderías chinas.

Gráfico 10
Importaciones chinas por aduanas de despacho (2011)



Fuente: Elaboración propia, con base en datos del INE.

Pero, además, el manejo de pequeños lotes, unido a la flexibilidad de los consorcios familiares chinos, abre la puerta a hacer pedidos adaptados a las necesidades locales. Es decir, a demanda de los importadores, los productores chinos están en condiciones de hacer pequeñas modificaciones al producto estándar con el fin de despachar lotes de mercadería adaptados a necesidades diferenciadas. La importación de esos productos "adaptados" a las necesidades populares ha ejercido un efecto de demostración, estimulando la demanda y retroalimentando nuevamente el consumo y el comercio popular (véase, nuevamente, el Gráfico 7).

Pero, además, la China impulsa una política deliberada de facilitar el acceso migratorio a pequeños comerciantes. A diferencia de otros países del mundo occidental desarrollado, como EE.UU., que manejan una férrea política de concesión de visas, las embajadas chinas expiden visas en plazos muy cortos de tiempo. Los trámites y las licencias para exportar en China son, además, ágiles y sencillos, y difieren enormemente de la burocracia e institucionalidad que regulan las exportaciones en otros países, pensadas para exportaciones formales a gran escala.

Lo que se pone de relieve es el establecimiento de una nueva alianza productor-comerciante en el marco de un esquema de globalización desde abajo, que obedece a factores clásicos de competitividad[44]. Los "consorcios familiares" de productores chinos, por un lado, poseen una enorme flexibilidad productiva y capacidad para adaptar rápidamente el producto en todas sus cualidades (calidad, diseño, apariencia, marca, envasado y precio); las redes familiares de comerciantes populares, por otro, son capaces de tejer redes comerciales con costos estructurales mínimos. La oportunidad que los consorcios familiares ofrecen a los comerciantes populares reside en comerciar imitaciones de grandes marcas —que, en muchos casos, ni siquiera disponen de representación comercial en Bolivia— a precios infinitamente inferiores al original. Los productores chinos garantizan, además, al comprador la exclusividad de la producción[45] y le permiten, incluso, establecer su propia marca[46].

Pero, además, esta alianza se alimenta también de complicidades mutuas, a partir de un origen rural compartido o de la vivencia de operar fuera de los circuitos de la formalidad. Se tejen así otras

44 Los debates teóricos de globalización desde abajo han sido abordados en el Capítulo I.

45 Muchos comerciantes populares locales envían a los consorcios familiares chinos el diseño de su propio producto y el logo de la marca, a objeto de encargar una producción exclusiva. Sin embargo, algunos importadores nigerianos han denunciado la reventa de dichas producciones especializadas, incluido el logo del pedido, a comerciantes paquistaníes y africanos (Neuwirth, 2011).

46 La relación de los comerciantes aymaras con los consorcios familiares chinos se analiza en profundidad en el Capítulo V.

dimensiones interculturales en el marco de una relación de ida y vuelta. Al inicio, fueron los comerciantes aymaras los interesados en viajar a la China en busca de negocio; después, los representantes fabriles chinos empezaron también a viajar a Bolivia para entender mejor las dinámicas económicas locales y mejorar las estrategias de producción. Y no tardaron en utilizar los canales locales de distribución y provisión, que se asientan en redes familiares reproducidas a partir de eventos sociales de gremios y fraternidades religiosas. De este modo, la alianza entre productores y comerciantes trasciende el ámbito material del comercio para recrear códigos y espacios culturales. El empleo de telas chinas para confeccionar polleras de baile o el uso de matracas que reproducen la figura estereotipada del "chino" en las comparsas de morenada a objeto de mostrar el poder de la "conexión oriental" (Rivera, 2010b) constituyen tan sólo una muestra de este fenómeno de interculturalidad[47].

9. El dinamismo local más allá de las políticas centrales

La política económica del MAS ha tenido efectos claros de dinamismo económico en escala local. Este dinamismo ha operado sobre los andamiajes de la Participación Popular, intensificando una dinámica de descentralización que se inició ya en la década de 1990. Sus efectos han dejado incluso obsoleto el papel rector de las políticas centrales. De hecho, la vitalidad del proceso parece haber desbordado la capacidad de gestión de los ministerios "productivos" del gobierno central (Minería y Metalurgia, Desarrollo Productivo y Economía Plural, Desarrollo Rural, Planificación del Desarrollo), que no terminan de encontrar su rol en el nuevo contexto. La planificación central, ordenada y lineal, no responde a la realidad de una

47 La socióloga boliviana Silvia Rivera (2010b) ha descrito la aparición de una ciudadanía globalizada en clave de barroco *chi'xi* a partir del comercio. En la fiesta de Santiago de Guaqui, el 25 de julio de 2009, el pasante de la segunda comparsa, empresario del rubro textil dedicado a la importación de telas chinas, adoptó como emblema para la Morenada Central una matraca con la figura estereotipada del "chino". La matraca constituía un homenaje a su exitosa "conexión oriental" que le permitió gastar más de 30.000 dólares para celebrar a Tata Santiago. Contrató a un famoso conjunto de cumbia villera, de éxito en Buenos Aires, cuyas letras hablaban de los dolores y sufrimientos de la emigración, pero también de sus éxitos y emprendimientos (Rivera, 2010b: 85).

economía que funciona con múltiples centros y polos de decisión. Los principales acuerdos económicos firmados por el gobierno del MAS con China, por ejemplo, se focalizan en fortalecer a las empresas públicas del ámbito productivo (baterías de litio, fábricas de azúcar) y promover inversiones en el sector de infraestructuras (telecomunicaciones, carreteras), pero no tienen en cuenta los intereses de los pequeños comerciantes populares.

La delegación de una parte importante del Impuesto Directo a los Hidrocarburos (IDH) a los municipios o el programa "Evo cumple" han aumentado e incluso, en algunos casos, triplicado el presupuesto de la coparticipación tributaria. Esta importante afluencia de recursos ha contribuido a dinamizar las economías locales, afectando a los municipios rurales y semiurbanos con mayor importancia logística y administrativa. Por un lado, se han multiplicado las posibilidades de empleo local, pero también se han amplificado las relaciones entre áreas urbanas y rurales, redefiniéndose también los equilibrios centro-periferia. De hecho, estas dinámicas sugieren la consolidación de poder administrativo en polos locales y una creciente movilidad en la articulación urbano-rural, cuya vitalidad deja más en evidencia la rigidez de la gestión centralizada y vertical de los ministerios del gobierno central.

Un fenómeno paralelo es el auge de ciudades intermedias como plataformas de servicios, a partir de la recreación de los vínculos urbano-rurales. El Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2012 identificó 60 ciudades intermedias en todo el país (con más de 20.000 habitantes), frente a las 20 registradas en el censo de 2001, lo que da idea del crecimiento vertiginoso en los últimos años[48]. Las ciudades intermedias operan como plataformas de servicios y distribución de mercaderías, ampliando el mercado de consumidores en áreas rurales, pero también operan como polos de acopio y redistribución de redes comerciales, ampliando la competencia, fluidez y cobertura reticular del comercio en todo el territorio nacional. Algunas ciudades intermedias, como Patacamaya, disponen de zonas francas que son de gran utilidad

48 El gobierno prevé incluso llegar a 80 ciudades intermedias y planea una ley para ciudades metropolitanas (*Página Siete*, 30 de noviembre de 2012).

para descongestionar el despacho de mercaderías en grandes polos como El Alto.

El *boom* de la construcción y la expansión de las redes de transporte provincial e interprovincial constituyen también elementos importantes del proceso de cambio. La construcción, en particular, opera como sector de rebalse del excedente generado en otras actividades económicas, incluyendo al comercio popular. Pero son las redes de comercio popular las que más claramente rebasan la capacidad del Estado de controlar territorios y fronteras, integrando el país desde abajo.

CAPÍTULO III

Los flujos comerciales de la economía popular

Después de haber analizado los factores que en los últimos años han alimentado el crecimiento de la economía popular, en este capítulo, nos concentraremos en las características de sus principales rutas y flujos comerciales. Muy a menudo, el desconocimiento del funcionamiento de las economías populares no se limita tanto a sus lógicas recónditas y a sus "logias" secretas y altamente organizadas, sino a las más simples prácticas, flujos y procesos en los que estos tipos de actores económicos se encuentran involucrados. Se ha vuelto parte del sentido común que alimenta los imaginarios sobre los comerciantes populares fantasear sobre los extraordinarios flujos de electrodomésticos de contrabando que estos actores producirían, sobre su control de las fronteras por encima de las autoridades estatales —o con la connivencia de ellas—, sobre los prodigiosos márgenes de ganancia de este tipo de comercio. Este capítulo intenta lanzar una mirada macro a la realidad del comercio popular que nos permita entender algunos números —aunque aproximados— de la economía popular, su alcance, sus direcciones, su articulación con el mundo económico formal y sus principales vínculos con zonas francas, fronteras, productores y aliados económicos. Esto nos servirá para rescatar algunos elementos clave de sus instituciones y estrategias económicas que profundizaremos en los siguientes capítulos.

1. El proceso de importación

Si excluimos algunos de los productos de abarrote, alimentos y la ropa nacional, la gran mayoría de los productos que manejan los comerciantes populares de los rubros seleccionados son productos de importación. Vale la pena detenerse en los procesos que permiten

la llegada de mercaderías extranjeras a los mercados nacionales, evidenciando las variadas prácticas y estrategias de importación que manejan los comerciantes populares. Desde 2009, las importaciones bolivianas por el puerto chileno de Arica han crecido de forma exponencial, superando en 7,5 veces las importaciones por Iquique. En relación con nuestra investigación, el dato nos ha obligado a entender mejor el significado de Arica para los comerciantes populares, sin subestimar la importancia de Iquique que, de acuerdo con el trabajo etnográfico, sigue jugando un papel central en la economía de los actores económicos populares[49] (Gráfico 11).

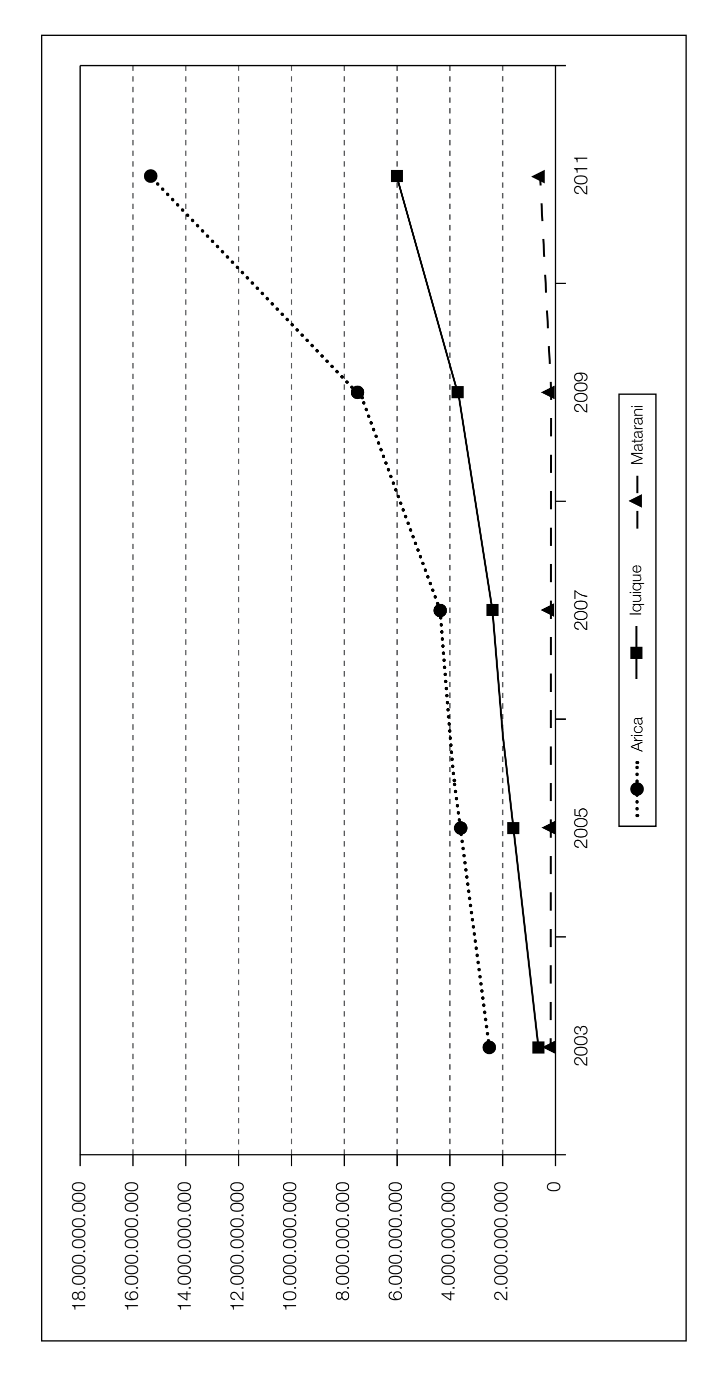
Para los actores económicos populares con los que hemos trabajado, la diferenciación entre Iquique y Arica es bastante marcada. Arica representa —y tradicionalmente ha representado— un puerto de tránsito de las mercaderías de ultramar hacia Bolivia, tanto que el 70% de los productos que llegan al puerto siguen para Bolivia[50]. Arica queda más cerca del eje central de Bolivia, lo que hace el transporte más conveniente en relación con Iquique ($us 1.800 versus $us 2.400 para el transporte de un contenedor grande —Haiku— a La Paz); además, los transportistas de carga pesada consideran los costos del movimiento interno en el puerto (*gate out*) más caros en Iquique.

En el caso de los importadores populares, Arica es el puerto de tránsito para sus pedidos de mercaderías en contenedor que llegan de China. Las mercaderías pedidas son embarcadas, generalmente desde los puertos del Sureste de China, en un carguero con la aduana de destino en Bolivia ya definida (en nuestro caso, generalmente, La Paz/El Alto) y pagando un costo de flete de aproximadamente $us 5.000. El viaje tarda unos 40 días, dependiendo del número de

49 Otro dato importante es cómo la proporción de importaciones por estos puertos —relativa al total de importaciones— ha aumentado. En 2003, las importaciones por estos puertos representaba el 27,4% del total de importaciones y, para el 2011, las importaciones por estos espacios se incrementaron a 44,3% del total de importaciones.

50 De acuerdo con la cuenta pública de la Terminal del Puerto de Arica (TPA), entre 2005 y 2010, la carga boliviana de importación que ingresa por el puerto de Arica se ha incrementado el 250% (véase también *Los Tiempos*, 7 de noviembre de 2011: "73% de carga que pasa por Arica es boliviana").

Gráfico 11
Importaciones por puerto de ingreso (puerto de partida)
(CIF* en Bolivianos)



* El acrónimo CIF se refiere a la suma del costo de las mercancías más el seguro y el flete.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del INE.

paradas a lo largo de la ruta, pasando por México, Panamá y bajando gradualmente hacia Chile. En Arica, el contenedor es recogido por los transportistas de carga pesada que lo llevan a la aduana de destino, ingresando a Bolivia por Tambo Quemado. Este tipo de comercio es generalmente considerado exento de contrabando, debido a la trazabilidad y las medidas de seguridad para los contenedores, aunque los comerciantes más expertos puedan practicar formas de subfacturación. Generalmente, los productos copias de las grandes marcas —desde electrónica hasta ropa, zapatos y accesorios— provenientes de China no llegan a la Zona Franca de Iquique, donde serían fácilmente decomisados por las autoridades chilenas por infringir leyes de propiedad intelectual y por tener la zona franca representantes de la mayoría de las grandes marcas.

Sin embargo, no todas las importaciones llegan a Bolivia en contenedores y tampoco todos los productos se pueden adquirir directamente de China. Si se quiere importar un producto original de marca, por ejemplo, una computadora portátil Macintosh, no se lo puede comprar directamente de los fabricantes de China, a pesar de que se la produzca allá. El importador tiene que recurrir a la empresa Macintosh en California —más comúnmente, a sus revendedores autorizados en Miami— o también a sus revendedores autorizados en la Zona Franca de Iquique. Para los productos originales de computación —si se excluyen los repuestos *hardware*—, Iquique o Miami son los lugares de adquisición. Generalmente, entre un revendedor en la Zona Franca de Iquique (ZOFRI) y la casa productora, hay una diferencia de precio, para un producto de computación, de 20-30%.

En el caso de los comerciantes de Cobija, además, se añade un problema logístico a la importación por contenedor, primero, porque la infraestructura viaria no soportaría los *trailers* que cargan los contenedores y, segundo, porque su distancia de los puertos chilenos no permitiría devolver el contenedor al puerto dentro del plazo establecido de quince días. Eso hace que los comerciantes importadores de Cobija alquilen un espacio en la Zona Franca de Iquique, desconsoliden la mercadería de los contenedores y la envíen de vuelta a granel a la Zona Franca de Cobija. Dependiendo del rubro de importación —generalmente, computación y electrónica—, algunos de los grandes importadores de La Paz y El Alto recurren

también a desconsolidar la mercadería en la Zona Franca de Iquique —sin pagar impuestos— con el propósito de revender o de ingresar la mercadería al país en cargas pequeñas.

Iquique es un polo del comercio regional y se calcula que hayan ingresado en 2012 tres millones de toneladas de mercaderías (en 2011, entraron por Arica 1,8). Sin embargo, la importancia de Iquique para los comerciantes populares no se debe tanto al puerto, sino a su anexa Zona Franca (ZOFRI), un espacio comercial al por mayor, encerrado en 200 hectáreas, con más de 1.650 empresas y un movimiento de capital de $us 2,2 mil millones por año (Díaz Brito, 2007) libre de impuestos y aranceles aduaneros. Del total de las ventas en ZOFRI, el 54% son para Bolivia (20% Perú, 13% Paraguay, 3% Ecuador). La Zona Franca de Iquique es un espacio ventajoso para los pequeños comerciantes, debido a la cercanía con Bolivia y al costo barato de los servicios y del transporte. A esto se suma la presencia de representantes de las grandes marcas de electrodomésticos, los talleres de transformación de autos asiáticos usados y los centros de acopio de ropa usada americana en fardos.

De ZOFRI, la mercadería destinada a Bolivia sale generalmente en camión con precinto sellado y numerado y con un manifiesto de importación donde se reportan la ruta del transporte y la aduana de destino, y se incluyen los documentos de embarque. Los comerciantes bolivianos no pagan impuestos al momento que la mercadería sale de la zona franca, sino directamente en las aduanas bolivianas. Debido a la política del Estado chileno de defender sus fronteras por medio de asentamientos poblacionales y evitar la migración desde las regiones periféricas hacia las grandes ciudades capitales, muy a menudo en la costa, los tarapaqueños —habitantes de la región de Iquique— se benefician de un descuento impositivo importante al comprar en ZOFRI. A diferencia de sus connacionales chilenos de otras regiones del país, que al comprar en ZOFRI pagan un impuesto del 16%, los tarapaqueños pagan aproximadamente el 2,5%, aunque tienen limitaciones sobre la cantidad de productos adquiribles. Por las antiguas relaciones comerciales y lazos de parentesco entre los pueblos fronterizos de Chile y Bolivia, algunos de estos productos son traspasados al lado boliviano a través de la frontera porosa que separa Bolivia de la región chilena de Tarapacá.



Zona Franca de Iquique. Fotografía de Nico Tassi.

Con el auge de las mercaderías chinas, algunas de las cuales son copias de las grandes marcas que infringen tanto patentes y normas de propiedad intelectual como algunos de los estándares de seguridad, se han incrementado los controles de las autoridades chilenas sobre mercaderías en tránsito. De hecho, las autoridades chilenas en los puertos de Arica e Iquique se atribuyen la potestad de controlar el contenido de la mercadería proveniente de ultramar, aunque sea destinada a otros países y decomisarla en caso que no esté conforme a los estándares de calidad y/o sean copias no legales de grandes marcas. Esto ha llevado a algunos importadores a traer mercaderías por el puerto peruano de Matarani, dado que las autoridades peruanas son más tolerantes hacia la mercadería en tránsito.

En las aduanas bolivianas, dependiendo del producto, se paga sobre las mercancías importadas un porcentaje del 20-30% del valor, generalmente un 10% de gravamen arancelario, un 14,95% de IVA y, para bienes suntuarios como licor y cigarrillos, hasta un 25% del

impuesto para consumo específico (ICE)[51]. El importador incurre en una serie de gastos de almacenamiento, que incluyen: el servicio logístico (0,45% del CIF, o sea, de la suma del valor de la mercadería, el flete y el seguro), el almacenaje ($us 1,2 por tonelada por un periodo de quince días) y el seguro (0,1% del CIF)[52]. Es muy común que, a pesar de los cobros por el servicio logístico, los comerciantes vayan a los almacenes de aduana con sus propios familiares o empleados para descargar el contenedor y supervisar el proceso. A pesar de esto, es práctica común para el comerciante pagar "aparte" a los trabajadores de los almacenes, para que no se produzcan robos de su mercadería al estar almacenada. Denunciar los robos y daños que se producen en los almacenes es, muy a menudo, perjudicial para los comerciantes, dado que su mercadería se quedaría varada durante meses hasta resolver el entredicho.

Generalmente, en el momento de la desaduanización de la mercadería a granel proveniente de Iquique, se cumplen las irregularidades —sea por parte de los comerciantes, sea por las autoridades de aduana— que llevan al contrabando. A veces, el lugar de desaduanización de las mercaderías depende de la localidad en donde está en servicio el contacto aduanero —o *charley*— del comerciante. En el léxico de los comerciantes, se habla de "zonas de extorsión primarias" —en las fronteras y aduanas— y "secundarias", en los mercados. De hecho, muchos importadores prefieren el contrabando de sus mercaderías para ganar tiempo, dado que por algunos productos los costos del contrabando —coimas, apoyos logísticos— son casi iguales al pago de impuestos.

En el caso de productos informáticos, además, debido a la elevada volatilidad de los precios y su rápida evolución tecnológica,

---

51 Una vez presentada la declaración única de importación (DUI) en la aduana de destino, el importador tiene 72 horas para abonar el impuesto y presentarse en aduana. El sistema informático de la aduana (SIDUNEA) genera aleatoriamente un código para el importador para proceder al control físico de la mercancía: verde: el importador puede recoger directamente las mercaderías; amarillo: control de los documentos de importación; rojo: se revisan los documentos y también las mercancías.

52 Los cobros varían dependiendo de las diferentes empresas de almacenaje aduanero.

los comerciantes no pueden arriesgarse a quedarse varados en la aduana. Los importadores de productos que pagan un elevado porcentaje de impuestos —por ejemplo, LCD y computadoras— tienen un mayor margen para poder coimear en el transcurso de ingresar al país las mercaderías para evitar pagar impuestos. Para algunos comerciantes, el contrabando constituye la opción con menores riesgos. Las modalidades de contrabando son infinitas, tantas como las fisuras que pueden existir a lo largo del procedimiento de importación de bienes y servicios. De hecho, cada procedimiento esconde una oportunidad de contrabando.

2. Nodos centrales y fronteras: pequeños volúmenes y un radio de acción comercial extenso

Es imposible abarcar aquí en toda su complejidad la variedad de formas comerciales que caracterizan el comercio popular. No hay duda de que El Alto ha sido el nodo del corredor que quizás más desprevenidos nos ha hecho sentir frente a su complejidad, a los cambios abrumadores de los últimos años y a la variedad de prácticas y formas comerciales. En El Alto, nos hemos enfrentado con un espacio económico múltiple, con actores y lógicas económicas sobrepuestas y entrelazadas y, sobre todo, con una variedad de nodos que parecían coexistir en el mismo espacio generando articulaciones sociales y económicas de largo y brevísimo alcance. Sin duda, El Alto representa la expresión más significativa de un desborde económico popular (cf. Matos Mar, 1984) que parece conllevar transformaciones profundas como también continuidades sorpresivas con su historia y origen.

Un fenómeno visible en El Alto es la serie de actores que han literalmente construido su éxito económico en la articulación urbano-rural. Hay el productor de zapatos de cholita, que ha empezado su actividad con un capital mínimo y, poco a poco, vendiendo en las ferias y mercados de los pueblos del altiplano, ha hecho que su capital crezca 2.000%. O hay pequeños comerciantes urbanos que han prosperado en el negocio de alfa-alfa, por ejemplo. Estas dinámicas subrayan cómo se está ampliando el acceso al mercado por parte de ciertos pobladores rurales. Mientras que tradicionalmente se ha percibido al campo como fuente de mano de obra barata y de migración,

hoy se van perfilando comerciantes semiurbanos que se relacionan con un mercado rural cada vez más rentable.

Por un lado, El Alto se ha vuelto un centro de producción y acopio de productos rurales para mercados urbanos, pero también de productos rurales y urbanos para mercados rurales, lo que articula la ciudad con universos económicos y sociales extremamente localizados y fluidos; por el otro lado, es un centro para la gran redistribución de productos importados —electrónica, materiales de construcción, ropa, abarrotes— al resto del país y del continente. Aquí, encontramos los "nuevos" importadores que han empezado recientemente su actividad con poco capital, desvinculándose de los importadores más antiguos de la calle Huyustus; "nuevas" familias-empresas en el sector del transporte, "nuevas" empresas financieras así como una serie de comerciantes y productores peruanos.

Lo que tienen en común estos actores diversos es la movilidad, o sea, una capacidad abrumadora de desplazarse repetidamente a espacios y mercados distintos para la compraventa de sus productos y para aprovechar las discrepancias de precios entre mercados y regiones del país. Esto no se nota solamente en la multiplicación de las empresas alteñas que proveen servicios de transporte de los más variados a las ciudades y pueblos más impensables, sino también en el hecho de que, a pesar de estar basados en la ciudad, nuestros informantes (y/o sus familias) reparten su vida entre una cantidad de lugares distintos por razones de negocio (cf. Albó, Greaves y Sandoval, 1981; Lazar, 2008).

En un momento de creciente movilidad geográfica en el comercio, El Alto se ha ido postulando como el nuevo centro de la redistribución comercial hacia el resto del país. Desde los alimentos a los abarrotes, desde las telas a los productos de aseo, una cantidad de mercados y comerciantes al por mayor han ido paulatinamente deslizándose desde las zonas centrales de la ciudad de La Paz hacia los barrios, a veces marginales, de El Alto. Esto se nota en el mercado de Villa Dolores[53], que está poco a poco robando la escena al clásico

53 Cuando hablamos del mercado de Villa Dolores, nos referimos al mercado de alimentos —principalmente, frutas y verduras— de la zona de Villa Dolores,

mercado Rodríguez de La Paz; en el mercado Asodimin, que incluye a los antiguos comerciantes al por mayor de la calle Garcilaso de la Vega[54] y en el fenómeno palpable que han visto sectores populares paceños vinculándose con la economía y las posibilidades de trabajo ofrecidas por El Alto[55].

Los comerciantes alteños han constituido una pieza fundamental en establecer o consolidar articulaciones económicas con ciudades intermedias en expansión y fronteras. Con el crecimiento económico del país en los últimos años, hemos empezado a observar una serie de nuevos mercados, de ciudades intermedias en pleno fermento, de centros mineros, cocaleros y de producción agrícola intensiva en áreas rurales alejadas con una nueva y marcada capacidad de adquisición. Esto ha generado, en parte, una descentralización del comercio de los principales centros urbanos del eje central y una mayor movilidad de los comerciantes alteños que se desplazan entre una variedad de mercados —emergentes y asentados, mayoristas y minoristas— así como una tendencia de los comerciantes a trabajar con mercados y clientes con diferentes características y con diferentes tipos de demandas.

Tradicionalmente, los mercados de frontera, como Villazón, Desaguadero, Puerto Suárez y Charaña, han constituido espacios donde los comerciantes populares del Occidente, a pesar, a veces, de la distancia, han incursionado con cierto éxito aprovechando las

---

en El Alto, donde convergen productores rurales y acopiadores-revendedores. Véase el Anexo 2 para más información.

54 Nos referimos al antiguo mercado de abarrotes, jabones y productos de aseo de la calle Garcilaso de la Vega, en la ladera paceña, que hoy en día se ha transformado en un espacio de venta al detalle abastecido por los mayoristas de El Alto.

55 La mudanza de la redistribución mayorista desde La Paz a El Alto parece poder explicarse de varias formas. En primer lugar, la congestión en algunas de las tradicionales calles comerciales de La Paz impedía el acceso de vehículos de carga y de los autobuses que traían mercadería desde las ciudades de frontera. En segundo lugar, El Alto presenta una mejor conexión vial con otras ciudades intermedias y las ciudades del eje central y cuenta con más de 2.000 empresas de transporte de carga. También, vale la pena subrayar la especialización de El Alto como nodo capilarmente articulado a una serie de realidades económicas del país.

discrepancias económicas entre un país y el otro. Muy a menudo, este éxito se vinculaba sea a la capacidad de articularse y generar alianzas con comerciantes de los países vecinos, sea por su tendencia a actuar fuera del radar de la ley, lo que les garantizaba una ventaja comparativa en los procesos de exportación e importación respecto a otras empresas formales. En el caso de Cobija y de Guayaramerín, además, el largo y peligroso camino hacia el Norte amazónico ha hecho que muchas grandes empresas renuncien a distribuir directamente sus productos a estas ciudades. Esto dejaba el control de la ruta y del comercio a intrépidos comerciantes populares de tierras altas.

Sus elevados niveles de movilidad y facilidad de desplazarse conjuntamente con sus alianzas estratégicas permitieron a los comerciantes populares bolivianos convertirse en actores clave en la distribución y articulación de los mercados regionales[56]. El vínculo especial que se ha establecido entre los comerciantes populares bolivianos y los grandes mayoristas de la Zona Franca de Iquique hace que los representantes de las marcas Sony y Samsung en ZOFRI concedan descuentos a los importadores bolivianos: por cada pedido mayor a los $us 100.000, hay un descuento de 5%. Eso permite que las televisiones en Bolivia tengan el mismo precio, o a veces menor, que en Chile y que se vuelvan productos con un precio atractivo para los otros países colindantes. Además, algunos de los países vecinos tienen una política de promoción a la exportación por medio de exenciones de impuestos a los productos destinados a otros países. Esto genera que varios productos brasileros o peruanos sean más baratos en Bolivia que en el propio país de origen, alimentando un comercio de reingreso en las fronteras. Si a esto se añade la considerable subvención pública al diesel vigente en Bolivia, que abarata enormemente los transportes por carretera, se puede pensar que estos actores económicos tienen una ventaja competitiva en el contexto regional.

56 Importadores de la calle Huyustus (entrevista con los autores, 11 de mayo de 2012) calculaban por defecto que en los últimos quince años habrían ingresado al país 10 millones de televisores —entre importaciones legales e ilegales—, lo que haría presuponer que una gran cantidad de los electrodomésticos sería revendida a los países vecinos.

Estas discrepancias de precios y de políticas económicas entre un país y el otro han sido un terreno fértil para los actores económicos populares que se han insertado con habilidad en estos intersticios legales y económicos. En el mercado del Desaguadero, en la frontera con Perú, convergen cada martes y viernes comerciantes y revendedores de La Paz y El Alto, Oruro, Cochabamba, Santa Cruz, Arequipa, Juliaca. El movimiento comercial generado por esta feria rural, transformada en un mercado al por mayor, alcanza los $us 5 millones (Silvia Rivera, comunicación personal). Las ventas y adquisiciones en Desaguadero se producen en volúmenes relativamente pequeños; sin embargo, por medio de redes de revendedores, se reparten a lo largo de un radio geográfico extenso. Los productores de cuero de El Alto venden sus productos a comerciantes peruanos que, por medio de una serie de facturas falsas o recicladas, eluden los controles y hacen llegar las chamarras a los mercados limeños, a su vez, controlados por vendedores aymaras. El algodón, los detergentes, las sardinas y conservas peruanos son adquiridos por comerciantes e intermediarios alteños que después los reparten desde Villazón hasta Cobija.

En Desaguadero, se produce un contrabando hormiga tolerado por las autoridades, una práctica antigua (Barragán, 1990) que se remonta a la desmembración de las rutas comerciales altiplánicas por la frontera republicana. Hoy en día, en Desaguadero, se encuentran *yatiri*-comerciantes que venden pomadas caseras al por mayor y revendedores de mercaderías chinas y chilenas aprovechando las discrepancias entre diferentes políticas —y prácticas— de importación.

Además, la articulación tradicional entre comerciantes peruanos y bolivianos, y la informalidad de las actividades agrícolas locales hacen de Desaguadero un espacio estratégico para el flujo de los productos alimenticios, ya sea de Perú hacia Bolivia o viceversa. A diferencia de los productos manufacturados, los alimentos, una vez ingresados al país, pueden pasar como productos nacionales, lo que evita problemas en las trancas y permite que estos productos lleguen fácilmente a los mercados de La Paz y Lima. La cultura culinaria compartida, además, permite cierta complementariedad entre los dos países. Mientras que las tuntas y los aceites son especialidades de Bolivia, los ajíes son especialidades peruanas. Otros alimentos,

como carne y papa, están más vinculados a las fluctuaciones de los precios. También, en el lado peruano, la presencia y control comercial de los aymaras se extiende desde Juliaca al Cuzco, desde Arequipa hasta Lima (Aspilcueta, 2007), lo que implica que, para llegar a Lima, los productos bolivianos utilicen las redes socioeconómicas aymaras consolidadas en el lado peruano con cuyos miembros los comerciantes alteños y paceños mantienen relaciones de compadrazgo.

En Brasil, existe un verdadero movimiento económico de actores vinculados a las ciudades de frontera bolivianas y paraguayas, una especie de "comercio turístico" de revendedores —*sacoleiros*— que organizan viajes de grupo a las fronteras, alquilando buses y contratando personas (*laranja*) que pretenden ser compradores, pero que en realidad trabajan para el revendedor (Rabossi, 2012). A su vuelta, las mercaderías son revendidas en las ferias de las grandes ciudades del interior de Brasil. En Cobija, como en otras ciudades fronterizas del país controladas por comerciantes populares, se generan articulaciones y alianzas translocales con comerciantes del país vecino, a las que, a menudo, se recurre estratégicamente para fortalecer el control del territorio.

El movimiento comercial que se produce en Cobija o, más bien, el flujo de compradores brasileños, es parecido al de Guayaramerín. Se estima que Guayaramerín, durante los días feriados, recibe la visita de unos 500-600 compradores brasileños, mientras que el número se eleva a miles de personas en los fines de semana. De igual manera, los fines de semana, llegan a Cobija 800 vehículos de Brasil, entre 2.000 y 3.000 personas (Carol Carlo y José Aguilar, comunicación personal)[57].

57 En Cobija, los comerciantes tienen un margen de ganancia mucho más elevado, debido a la zona franca (donde los comerciantes pagan un 1,5% de impuestos sobre mercadería importada, mientras en Guayaramerín un 20-30%). En Guayaramerín, los establecimientos comerciales son mucho más numerosos —llegan a 800—, son bastante más pequeños y humildes y los comerciantes no están organizados tan efectivamente como en Cobija. Mientras que los comerciantes de Cobija traen directamente de la China y de Iquique, los comerciantes de Guayaramerín siguen comprando de los importadores paceños y de Iquique —también de Brasil— y manejan una variedad mucho más limitada de mercaderías. Mientras que la composición de los comerciantes de Cobija es bastante homogénea, siendo la gran mayoría de ellos (400 personas) originarios

El número es relativamente bajo, si se lo compara a los 18.500 vehículos que llegan a la Zona Franca de Ciudad del Este en la frontera con Paraguay. Sin embargo, el número limitado de compradores también limita la incursión de grandes inversionistas transnacionales en un comercio local que queda firmemente controlado por comerciantes populares del interior.



Oficinas de la Zona Franca de Cobija. Fotografía de Nico Tassi.

Es interesante observar cómo estos comerciantes no solo importan desde China y de Iquique, sino que se aventuran hasta el interior de Brasil para traer mercadería brasileña aprovechando la Zona Franca de Cobija y las exenciones fiscales de Brasil para mercadería exportada. Muy a menudo, se convierten en los proveedores para

o descendientes de la comunidad de Orinoca del departamento de Oruro, la composición de los comerciantes de Guayaramerín es mucho más heterogénea —La Paz, Cochabamba, Oruro, pero también grupos de segunda migración de San Julián y Yucumo— y de más reciente conformación. De hecho, la comunidad de "gremialistas" de Guayaramerín parece más inestable y menos cohesiva y, de alguna forma, más expuesta a los altibajos económicos.

consumidores de los estados de Acre y Rondônia. De esta forma, los comerciantes populares de Cobija no solo conectan regiones estratégicas del país, sino verdaderamente articulan el océano Pacífico con el Atlántico, aunque para abastecer espacios comerciales y mercados relativamente modestos en esta zona fronteriza entre Bolivia, Brasil y, en parte, también Perú.



Exportadora de un comerciante de Llallagua en Guajará-Mirim (Brasil). Fotografía de Nico Tassi.

Como en el caso de Desaguadero, es interesante observar que estos comerciantes populares vinculados a las fronteras han fundamentado su expansión económica no tanto en la ampliación de su volumen comercial, que sigue manteniéndose bajo en relación con las grandes empresas formales, sino que fundamentalmente han extendido enormemente su radio de acción y de control comercial. En Guajará-Mirim —la ciudad gemela de Guayaramerín en el lado brasileño, a orillas del río Mamoré—, se ha asentado una gran cantidad de empresas distribuidoras-exportadoras que traen productos del interior y de la costa de Brasil, algunas de las cuales son manejadas por comerciantes bolivianos del interior. Se trata de

empresas familiares fronterizas y binacionales en donde el marido importa productos brasileros de las ciudades atlánticas de Santos y São Paulo y la mujer, en el lado boliviano, trae productos chinos de la Zona Franca de Iquique o de El Alto.

3. Diagramas de los flujos del comercio popular

Para intentar orientarnos en esta realidad bastante variada y cambiante del comercio popular, hemos trazado unos diagramas de los flujos comerciales para los seis rubros que hemos escogido. Para trazar estos flujos, hemos combinado los datos de la aduana y las informaciones recogidas a lo largo del trabajo de campo —particularmente, en las trancas, aduanas, zonas francas y en las entrevistas con los transportistas— en el intento de estimar algunas informaciones no contabilizadas en las estadísticas y también evidenciar algunas discrepancias entre los datos oficiales y las prácticas del comercio popular. Uno de los problemas que hemos enfrentado en la reconstrucción de los flujos comerciales es la dificultad en diferenciar la mercadería destinada a comerciantes populares y convencionales, sobre todo en el caso de productos importados dirigidos a los centros de La Paz y El Alto. En los tramos que articulan La Paz con el Norte amazónico —u otras ciudades fronterizas—, el control alcanzado por los comerciantes populares es bastante capilar.

Aunque aparezcan algunos datos sobre los flujos comerciales de ingreso por las fronteras surorientales y por el eje central, nuestros diagramas de flujos se concentran en el comercio —en sus varias formas— a lo largo del corredor Pacífico-Amazónico (incluyendo los puertos del Norte chileno —Arica e Iquique— y las fronteras de Pisiga y Tambo Quemado), el comercio peruano vía Desaguadero y La Paz-El Alto como nodo articulador de estos distintos flujos. Sin embargo, como se ha mencionado en la Introducción, si en la primera parte de la investigación etnográfica —cuando hemos comenzado a elaborar los diagramas de flujo—, hemos recorrido al corredor Pacífico-Amazónico como una herramienta metodológica, paulatinamente, nos hemos ido concentrando en las redes comerciales que se irradiaban de El Alto y La Paz.

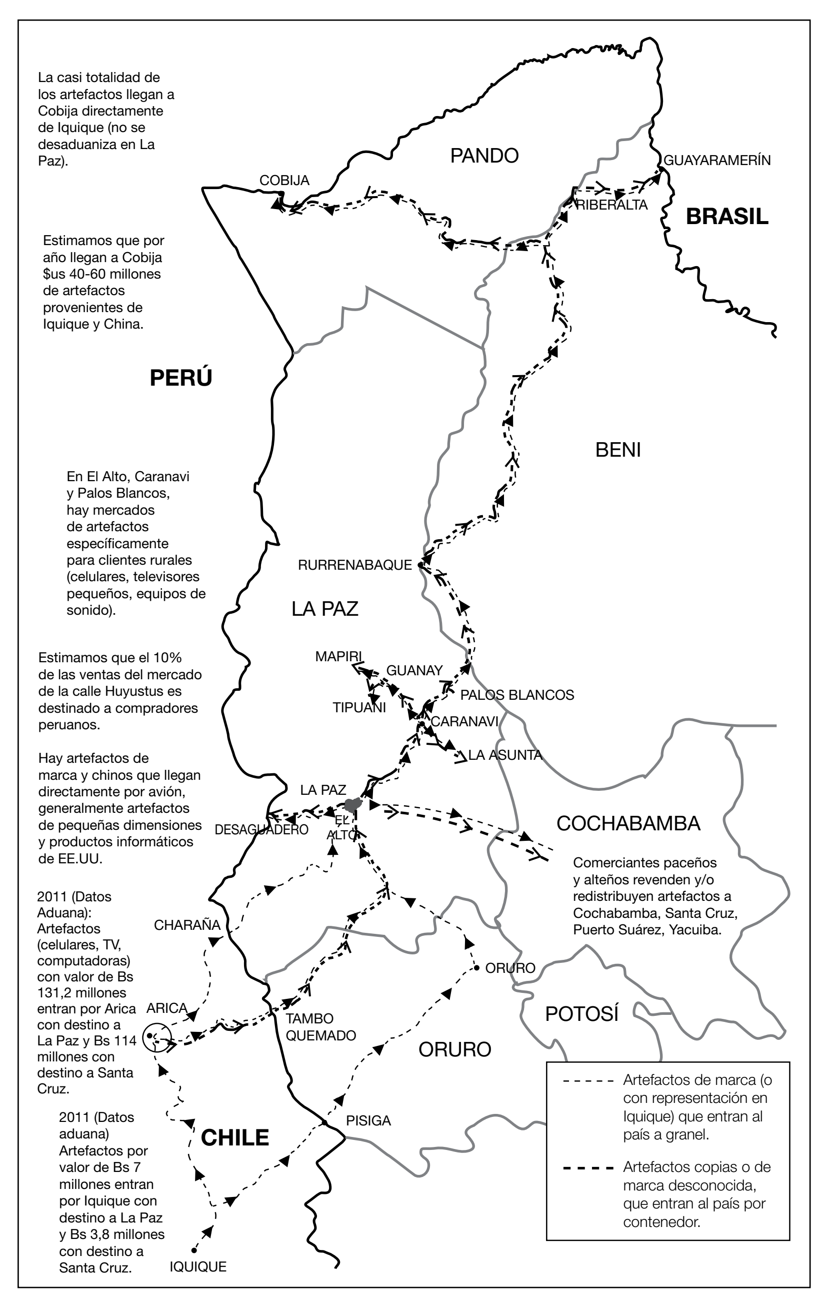
En la elaboración de los diagramas de flujos, hay que tomar en cuenta la poca fiabilidad de los datos estadísticos de la aduana en relación, por ejemplo, con la Zona Franca de Cobija y, sobre todo en el caso de los artefactos electrónicos, el elevado nivel de contrabando. Cada día entran por Tambo Quemado aproximadamente 250 camiones con destino a varios lugares del país, mientras que por Pisiga entran unos 70-100 camiones. Una cantidad de 250 camiones entra por la tranca de La Paz con destino a Yungas y al Norte amazónico. A Cobija, llegan aproximadamente 12 camiones por día provenientes de La Paz e Iquique. Cada día, aproximadamente 50 contenedores[58] acceden a la aduana interior de La Paz.

3.1. Artefactos electrónicos

De los datos de aduana, resulta una diferencia sustancial entre los valores de artefactos electrónicos que entran en contenedor por Arica y los que entran a granel por Iquique. Más de Bs. 130 millones de los artefactos electrónicos que hemos escogido —celulares, televisiones y material de computación— oficialmente llegan de Arica con destino a las aduanas de La Paz. Apenas 7 millones llegan de Iquique con ese destino. Sin embargo, para los comerciantes populares con los que trabajamos, Iquique sigue jugando un rol central, sobre todo en lo que se refiere a material de computación y a televisores de marca, como Samsung, LG y Sony. Otro dato discrepante es la cantidad de artefactos que llega y se vende en Cobija. De acuerdo con los datos de aduana, en 2011, no hay artefactos que lleguen a la Zona Franca de Cobija, mientras que de acuerdo con el director ejecutivo de esa entidad, son el 39% (Carol Carlo y José Aguilar, comunicación personal) del valor total. De acuerdo con nuestras estimaciones con base en los volúmenes de mercadería que llegan a Cobija, al porcentaje de artefactos sobre el valor total de lo que llega a la zona franca y a

58 Hay varias tipologías de camiones que se usan para el transporte de las mercaderías. Para la importación de los puertos chilenos, se utilizan *trailers* para el transporte de contenedores y *pachajchos*, camiones de dos ejes, con una capacidad de carga que varía entre las 12 y 18 toneladas, para la carga a granel. Los "alzapatas" son camiones más pequeños de un eje —generalmente, con una capacidad de carga de 8 toneladas—, que se utilizan principalmente en el transporte interno de productos nacionales o nacionalizados por su capacidad de acceder a áreas rurales con caminos estrechos y no asfaltados.

Mapa 1
Flujos del comercio de artefactos electrónicos



Fuente: Elaboración propia.

las ventas de los comerciantes, el valor anual de artefactos que llega a Cobija por Iquique varía entre $us 40 y 60 millones. Es interesante observar que la cifra es bastante superior al valor total de los artefactos que entran por Iquique. A pesar de que esto se lo explique frecuentemente como una consecuencia del contrabando, hay un evidente error en los datos de la aduana, enfatizado ya sea por la discrepancia con los datos de la Zona Franca de Cobija como también por el trabajo etnográfico.

Vale la pena señalar que, para los comerciantes de Cobija, el contrabando en el tramo Iquique-Cobija es una práctica absolutamente no conveniente y demasiado riesgosa en relación con el bajísimo porcentaje de impuestos que pagan para mercaderías importadas (1,5%) al ingresar a la Zona Franca de Cobija. Esta es también la razón por la cual a los comerciantes cobijeños les conviene traer mercadería directamente de zona franca a zona franca (Iquique-Cobija), sin pasar por los importadores paceños que tienen que pagar impuestos de desaduanización de un 20-30%. Esto hace que la relación comercial entre Cobija y El Alto-La Paz, en el caso de productos importados de Chile o ultramar, sea muy débil. La paradoja de la Zona Franca de Cobija —en el caso de los artefactos— es que parece articular comercialmente la ciudad más con Iquique y con los compradores brasileños que con el resto de la economía del país.

En el caso de los artefactos electrónicos (sobre todo televisores y material de computación), el flujo de mercaderías es de largo alcance directamente entre los principales mercados, incluyendo las zonas francas y ciudades de frontera, pasando por encima de las ciudades intermedias y con escasos efectos para una serie de actores intermedios a lo largo de los corredores y vías de comunicaciones que articulan estos mercados. Sin embargo, en los últimos años, han empezado a desarrollarse nuevos mercados intermedios de artefactos —generalmente, celulares— principalmente en ciudades de pequeñas dimensiones debido al auge minero y/o agrícola (por ejemplo, Guanay, Palos Blancos). En El Alto (por ejemplo, en Villa Dolores), hay varios mercados de artefactos de bajo costo para pobladores rurales. Cobija es el mercado con artefactos de más elevada tecnología, debido a una demanda brasilera más sofisticada.

Los artefactos electrónicos que nos han interesado entran a Bolivia casi en su totalidad por los puertos chilenos de Arica e Iquique: los artefactos de marca de Iquique, las copias de Arica. La Paz es la principal aduana de destino de estos productos con casi el 50% del total de los productos oficialmente registrados; la segunda es Santa Cruz. La primacía de La Paz en este rubro se debe, por un lado, a la importancia de los comerciantes importadores de El Alto y La Paz y, por el otro, al hecho de que algunos importadores del Oriente prefieren no traer directamente de Iquique a Santa Cruz por el elevado costo del transporte internacional ($us 4.500 en comparación con los $us 2.000 hasta La Paz/El Alto), así que traen a la aduana de El Alto, nacionalizan y después llevan las mercaderías a Santa Cruz con transporte local pagando unos Bs. 5.000.

Desde La Paz y El Alto, hay una reventa y redistribución significativa de los productos electrónicos hacia ciudades intermedias, provincias y fronteras. Generalmente, de las ventas de los grandes distribuidores de la calle Huyustus, un 10% está dirigido al Perú. Los compradores peruanos llegan principalmente los días martes y viernes —días de feria en Desaguadero—, dado que les resulta más fácil camuflarse entre los centenares de campesinos que llevan cebollas y papas por la frontera. Algunos de los grandes importadores de artefactos paceños y alteños se han especializado en la redistribución al Norte amazónico, principalmente Guayaramerín y Riberalta, importante vía de acceso al mercado brasileño de Rondônia de artefactos electrónicos chinos baratos. Otras fronteras del Sur y del Oriente parecen también posicionarse como importantes destinos de la redistribución de los comerciantes occidentales.

3.2. Motorizados

En el caso de las motos, las regiones orientales siguen controlando el flujo de estos motorizados con Santa Cruz, que juega el papel de centro redistribuidor hacia las otras ciudades del Oriente, Sur y Norte. En 2011, de las motos chinas que ingresaron al país, en Santa Cruz, se desaduanizaron Bs. 161 millones y en Cochabamba, 68. En los últimos años, se ha notado un sustancial aumento de motos en las regiones occidentales (aproximadamente, Bs. 15 millones), en particular en el altiplano y El Alto, llegando a constituir en 2011 el

Mapa 2
Flujos del comercio de motorizados

PANDO
COBIJA
GUAYARAMERÍN
RIBERALTA
BRASIL
PERÚ
BENI
IXIAMAS
REYES
RURRENABAQUE
DE SANTA CRUZ
SAN BORJA
LA PAZ
YUCUMO
MAPIRI
GUANAY
PALOS BLANCOS
CARANAVI
COROICO
LA ASUNTA
DESAGUADERO
LA PAZ
EL ALTO
COCHABAMBA
PATACAMAYA
ORURO
ARICA
TAMBO QUEMADO
POTOSÍ
ORURO
PISIGA
CHILE
IQUIQUE

Bs 39 millones en motos chinas entran por Pisiga con destino a Santa Cruz, Bs 22 millones con destino a Cochabamba, Bs 0,5 millones con destino a La Paz, Bs 7,2 millones con destino a Oruro.

Bs 122 millones en motos chinas entran por Tambo Quemado con destino a Santa Cruz, Bs 47 millones con destino a Cochabamba, Bs 6,5 millones con destino a La Paz.

De Arica (vía Tambo Quemado) entran al país Bs 113 millones en camiones a La Paz, Bs 50 millones a Patacamaya, Bs 116 millones a Santa Cruz, Bs 21 millones a Cochabamba.

De Iquique ingresan Bs 283 millones en camiones a La Paz, Bs 77 millones a Patacamaya, Bs 19 millones a Oruro

Bs 360 millones a Santa Cruz, Bs 77 millones a Cochabamba

Motos
Autos usados
Camiones

Fuente: Elaboración propia.

veintiseisavo rubro de importación en Bolivia, superando los $us 37 millones (IBCE, 2011). Este crecimiento en El Alto se evidencia por la multiplicación en los últimos dos años de vendedores de motos nuevas a lo largo de la avenida Juan Pablo II.

En el caso de los camiones, El Alto juega un papel central para el transporte de carga de todo el país. En El Alto, hay 288 empresas de transporte pesado —72 en La Paz—, en comparación con las 180 de Santa Cruz que, de acuerdo con las estadísticas de la aduana, es la receptora de casi el 40% del comercio de importación. En el Occidente, el comercio de camiones está organizado en tres centros principales: El Alto, Patacamaya y Oruro, lo que hace que este rubro sea, en relación con los artefactos, más ramificado, menos concentrado en los grandes centros urbanos del eje central y articulado a las realidades locales y actores económicos intermedios. En El Alto, se desaduanizaron en 2011 una cantidad de camiones del valor de Bs. 396 millones, mientras que en la recién creada aduana de Patacamaya, 127 millones. Este proceso de descentralización en el rubro del transporte pesado se nota también en las regiones de Yungas y Norte paceño, donde el transporte de carga ha hecho pie en las zonas rurales de plantación y en las regiones mineras. Cobija tiene un parque automotor de aproximadamente 300 camiones, mientras que Riberalta 500; el sindicato que cubre la ruta entre La Paz e Ixiamas se compone de 80 camiones. El flujo de camiones hacia el Norte amazónico es principalmente por La Paz. El *boom* de la construcción, de la minería y de la microempresa parece haber rebalsado, a su vez, hacia el sector del transporte de carga.

El comercio de autos usados parece estar vinculado sea al crecimiento de las empresas de transporte que proveen servicios rápidos entre ciudades centrales e intermedias como también entre zonas rurales y urbanas, sea al crecimiento imprevisto de las zonas rurales debido a la minería, a la agricultura de plantación o al comercio. Esto ha sido acompañado por una saturación general del mercado urbano de autos usados. La feria 16 de Julio parece jugar un papel central en la redistribución al resto del país (los importadores traen estos vehículos de Iquique a El Alto) y a las regiones rurales (Caranavi y Palos Blancos, de donde se revenden a los pueblos del interior). La articulación de El Alto con Cobija en relación con la venta de autos

es más débil y menos frecuente, debido al camino y al influjo de autos brasileros.

3.3. Ferretería y materiales de construcción

Los flujos de este rubro nos proporcionan una buena ayuda para entender las diferentes formas de articulación —y desarticulación— entre Occidente y Oriente y entre La Paz y el Norte amazónico. En el caso de las herramientas que provienen de la China, el extremo norte del corredor —Cobija y Guayaramerín— se aprovisiona por medio de los puertos chilenos y las ciudades de Occidente. Sin embargo, en relación con otros productos como los preparados para la construcción y las barras de hierro y acero, el Norte se aprovisiona directamente de Brasil y esto genera un ligero reflujo de estas mercaderías hacia las ciudades intermedias del corredor. Esta característica parece volver a señalar el rol de Cobija como enclave que, en parte, con el influjo de mercaderías chinas por los puertos chilenos, se está volviendo a articular a las regiones occidentales del país.

Es interesante también notar, en el caso de las barras de hierro y acero para la construcción, cómo La Paz y Santa Cruz son los dos principales centros de importación —el primero, de Perú (Bs. 406 millones) y el segundo, de Brasil (Bs. 679 millones)— y cómo cada uno abastece de forma independiente a sus propios alrededores. Generalmente, la conformación del territorio boliviano —también su limitada infraestructura— y su posicionamiento al centro de la región implican que, a veces, se importe el mismo producto de países distintos para abastecer departamentos distintos de la nación.

3.4. Ropa y zapatos

En el rubro de ropa y zapatos, hay un cruce de flujos distintos de mercaderías: un flujo que ingresa por las tierras altas (Tambo Quemado, Pisiga: mercaderías chinas y usadas; Desaguadero: mercaderías peruanas) y uno que sube de las tierras bajas por el eje central (mercaderías brasileñas que ingresan al país por Puerto Suárez). Una vez más, en las ciudades de frontera del Norte amazónico, hay un flujo de ropa brasilera que, sin embargo, no llega hasta al Occidente, sino en cantidades reducidas; la mayoría de la ropa y zapatos brasileros



Mapa 3
Flujos de comercio de material de construcción y ferretería

Fuente: Elaboración propia.

Mapa 4
Flujos de comercio de ropa y zapatos

PANDO
COBIJA
RIBERALTA
GUAYARAMERÍN
BRASIL
PERÚ
BENI
La ropa china es redistribuida capilarmente desde las ciudades intermedias a las colonias y comunidades rurales.
SAN BORJA
SANTA CRUZ
La distribución de ropa usada hacia el Norte es mínima.
LA PAZ
YUCUMO
Bs 188 millones en zapatos brasileños y Bs 15 millones de ropa entran a Bolivia por Puerto Suárez.
CARANAVI
Bs 21 millones de ropa peruana son desaduanizados en Desaguadero.
LA PAZ
DESAGUADERO
COCHABAMBA
EL ALTO
Bs 3,2 millones de ropa china son desaduanizados en Charaña (Bs 4,4 millones de zapatos chinos) Aduana 2011.
PATACAMAYA
Cochabamba: Mercado Arce.
Santa Cruz: Cumavi.
Bs 25,2 millones de ropa (Bs 56,6 millones de zapatos) entran por Tambo Quemado con destino a La Paz.
CHARAÑA
CARACOLLO
ORURO
ORURO
TOLEDO
Oruro es el centro de acopio y selección de ropa usada (aquí se vende al por mayor).
ARICA
TAMBO QUEMADO
Bs 27 millones de ropa (Bs 94 millones de zapatos) con destino a Cochabamba.
HUACHACALLA
POTOSÍ
SABAYA
PISIGA
Bs 7 millones de ropa (Bs 7 millones de zapatos) con destino a Santa Cruz.
CHILE
Bs 2,9 millones de ropa entran por Pisiga con destino a La Paz (Bs 4,5 millones de zapatos).
Bs 9,3 millones de ropa y Bs 9,2 millones de zapatos con destino a Santa Cruz/Bs 1 millón ropa, Bs 4,6 millones zapatos a Oruro.
Bs 18 millones de zapatos se desaduanizan en Pisiga.
IQUIQUE
Ropa usada (ropa americana)
Ropa nueva importada
Ropa nacional

Fuente: Elaboración propia.

llega a La Paz por el eje central, debido a las mejores infraestructuras de transporte y a la mejor conexión de Puerto Suárez con los centros de la producción brasilera.

Es interesante el recorrido de la ropa y zapatos usados que entran al país por Pisiga —de forma ilegal— procedente de Iquique y que se almacenan en Oruro, donde se seleccionan de acuerdo con su calidad. Desde Oruro, la ropa usada se revende al por mayor, sin embargo, en cantidades no excesivamente grandes y, para eludir los controles, los comerciantes la transportan al resto del país "fondeándola" en buses y camiones o transportándola en maletas mezclada con otros productos. La ropa usada de mejor calidad se la revende hacia Perú; generalmente, los peruanos la compran en la feria 16 de Julio para llevarla a la frontera; sin embargo, algunas de las mejores piezas llegan también a las boutiques de la Zona Sur de La Paz. El comercio de ropa usada está controlado por grandes familias importadoras, la mayoría originarias de las regiones occidentales de Oruro (Sabaya, Huachacalla, Escara), que mantienen un vínculo marcado con la región chilena de Tarapacá y un control férreo de la ruta de importación (Llanque y Villca, 2011). Las restricciones y controles a la importación cada vez más intensos y la previsión de operativos aduaneros en la región han convencido a algunos de los importadores a empezar a traer productos chinos nuevos, imitaciones de las grandes marcas, que se siguen acopiando en Oruro. Sin embargo, este proceso de desplazamiento repentino hacia el comercio legal solo es posible para los comerciantes grandes y establecidos.

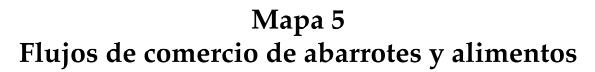
En Caranavi y Cobija, la ropa usada se encuentra en pequeñas cantidades. Sin embargo, la ropa china nueva —en su gran mayoría, medias, ropa interior, sábanas y frazadas— tiene una distribución capilar a lo largo del país, incluyendo mercados rurales y fronteras. La ropa nacional, como camisas, poleras y pantalones —en su gran mayoría, confeccionada en Bolivia, pero con materiales foráneos—, tiene un muy vasto radio de distribución, habiendo ganado mercado en las fronteras y en las regiones alejadas del Norte.

3.5. Alimentos y abarrotes

Los principales flujos con los que nos hemos encontrado son los de alimentos (y de fideo), que van desde los mercados (y fábricas) de El Alto hacia las regiones de Yungas y del Norte amazónico, y de abarrotes (aceite y azúcar), que vienen desde las regiones orientales hacia el Occidente, sin embargo, en su mayoría, por la carretera del eje central. En el caso de los productos de abarrote, hay un reflujo por el Norte amazónico de los productos brasileros (aceite, azúcar, café, fósforo) hacia las tierras altas y mayormente de contrabando. Perú es el tradicional proveedor de alimentos enlatados para la zona del corredor (con un elevado nivel de contrabando), aunque los productos chilenos y chinos estén conquistando espacios importantes de mercado.

Éste es el rubro en el que la articulación entre urbano y rural es más visible (hay mercados urbanos para compradores rurales, como en El Alto, Caranavi y Cobija), pero también es el que presenta una mayor, paulatina y más capilar articulación entre los varios nodos del corredor y entre las realidades económicas locales y los alejados centros del Norte. Por ejemplo, en el caso de las zanahorias, los campesinos altiplánicos y de los valles templados las acopian desde los días jueves en el mercado de Villa Dolores. Las empresas "exportadoras" las compran para llevarlas a Cobija y a Guayaramerín y el camionero encargado del transporte compra unas cantidades extra para revenderlas a lo largo del camino —por ejemplo, en Rurrenabaque, pero también en El Sena y Puerto Rico (Pando). Esto hace que este tipo de flujo comercial no sea directo entre ciudad y ciudad, sino más ramificado. En el rubro de alimentos, la diferencia cualitativa entre mercados urbanos y mercados rurales es menos marcada; sin embargo, en el rubro de caramelos y chocolates, se nota más claramente su concentración en las áreas urbanas.

Los comerciantes paceños incursionaron masivamente en la provisión de alimentos y abarrotes de las regiones del Norte amazónico ya a partir de los años 1990, momento en el cual se abre la carretera a La Paz y termina la dependencia de Brasil en términos de provisión de alimentos y de tradición culinaria. Hasta hoy en día, la región de Cobija produce el 30% de lo que consume en términos de



Mapa 5
Flujos de comercio de abarrotes y alimentos

Fuente: Elaboración propia.

alimentos. Muchos de los comerciantes de abarrotes encontraron en la región del Norte amazónico un nuevo mercado importante para aprovisionar, debido también al desinterés de las grandes empresas de distribuir sus productos a estas áreas alejadas. En el caso de los productos importados de abarrotes, la extensa variedad observable en los flujos —y diferencia de precios— nos deja intuir también una sofisticación de la demanda y la consolidación de mercados de productos de mayor calidad. Es interesante observar la incursión de productos de abarrotes chinos —conservas, golosinas, hongos— en el mercado nacional, productos importados por empresas importadoras populares y semiformales.

Vale la pena resaltar el papel de productos como la castaña, producida en el Norte amazónico, en los alrededores de Riberalta y Cobija, y que atraviesa la totalidad del corredor en sentido inverso a la mayoría de los flujos que hemos observado para ser exportada desde el puerto de Arica. La soya y sus derivados es otro importante producto de abarrote de exportación que se produce más en el Oriente y se transporta a los puertos del Pacífico por los caminos del eje central. Desaguadero —en forma menor, Puerto Acosta y Taraco— juega un rol clave en la importación y exportación de alimentos desde y a Perú, aunque casi en su totalidad de contrabando por la tolerancia a prácticas de intercambio en la zona.

3.6. Jabones y productos de aseo

Los productos de aseo y jabones no constituyen un mercado importante para los actores económicos rurales; sin embargo, la sofisticación de los mercados urbanos en términos de estos productos puede ser reveladora de la emergencia de un grupo social económicamente empoderado. Se trata de un rubro en el que los principales productos entran por Perú; sin embargo, en este caso, las ciudades del Norte son abastecidas por productos peruanos acopiados en El Alto (o sea que, a pesar de que la frontera con Perú queda muy cerca de Cobija, los productos son traídos de La Paz). Iquique constituye una alternativa a Perú y, de hecho, ZOFRI abastece a los comerciantes bolivianos que venden productos de calidad, cuyas empresas no tienen representación en Perú.



Mapa 6
Flujos de comercio de jabones y productos de aseo

Fuente: Elaboración propia.

3.7. A manera de análisis final

Hay varios datos interesantes que surgen de este análisis de los flujos. Vale la pena subrayar el papel articulador de El Alto entre las mercaderías importadas y las diferentes realidades económicas locales y regionales. Parece que los comerciantes populares mantienen una articulación capilar y simultánea con una multiplicidad de territorios y mercados estratégicos situados también en las fronteras. No hay duda de que el comercio popular —y sobre todo aymara— ha ido incursionando y afirmándose en las regiones fronterizas, como el Norte amazónico, pero también Villazón, Desaguadero y las fronteras y puertos chilenos.

Diferentes tipos de productos tienen diferentes modalidades de articulación entre actores y nodos a lo largo del corredor. En el caso de los artefactos electrónicos, se generan vínculos de larga distancia entre mercados y espacios comerciales urbanos saltando las realidades y actores económicos intermedios. En el caso de abarrotes y alimentos, hay una compenetración y articulación mucho más marcada entre universos económicos locales y flujos de productos importados y también una distribución menos lineal —de corredor— y mucho más ramificada de los productos. Si miramos a los motorizados, por ejemplo, observamos algunas tendencias a la desconcentración de los tradicionales centros urbanos y la consolidación de nuevos "polos" de adquisición y desarrollo vinculados a una población rural con creciente capacidad de adquisición y con una creciente capacidad y necesidad de movilizarse. Esto ciertamente no quiere decir que los polos de desarrollo urbanos y regionales, con sus propias áreas de influencia y jerarquización de mercados, hayan perdido su poder (cf. Assadourian, 1982). Sin embargo, el comercio popular juega una función importante en la articulación y en generar sinergias entre los mercados urbanos e intermedios y las realidades rurales o fronterizas.

Generalmente, las cantidades de los flujos comerciales que hemos analizado son relativamente reducidas, no tan contundentes como se lo habría esperado; claramente, hay que considerar que los números están a menudo subestimados por las estadísticas, a causa de ciertos niveles de subfacturación y contrabando. Esto generalmente se asocia

a elevados niveles de movilidad y capacidad de desplazarse a lo largo de rutas comerciales extremadamente extensas. Como veremos con más claridad en los siguientes capítulos, este comercio en cantidades relativamente pequeñas opera en múltiples dimensiones de lo local, maneja una variedad de niveles —desde lo local a lo nacional, desde lo regional a lo intercontinental—, pero, además, opera por medio de una sobreposición compleja de rubros.

Un último dato que nos ha llamado la atención es la cantidad limitada de productos de Estados Unidos en relación con la cantidad de productos chinos en rubros manejados por comerciantes populares. Las computadoras portátiles siguen siendo importadas, en su gran mayoría, de Estados Unidos; sin embargo, un número creciente de componentes *hardware* que se los ensambla *in situ* se compra de China. La expresión usada por varios importadores populares es que "Estados Unidos no sirve", por lo menos por lo que se refiere a la tipología de importación del comercio popular. Generalmente, esto se debe a varios factores que van desde la dificultad de los importadores populares bolivianos de viajar a EE.UU., el precio excesivo de las mercaderías americanas para los mercados populares y hasta tramites de exportación en el país del Norte demasiado dificultosos para un negocio familiar y semiformal. A esto se añade la dificultad de importar de Estados Unidos en cantidades pequeñas para mercados pequeños como Bolivia, algo que los consorcios populares chinos parecen manejar impecablemente. En los nodos neurálgicos del comercio popular de la ladera paceña, lado a lado con la antigua sastrería "Washington" y la peluquería "Berlín", han empezado a surgir la galería "Yiwu" y el centro comercial "Shanghai", con sus llamativos letreros en mandarín y con gráfica del Lejano Oriente.

En el siguiente capítulo, después de habernos concentrado en flujos y rutas, nos enfocaremos en el tipo de institucionalidad en la que se asienta y que reglamenta este complicado y extenso entramado de flujos comerciales y actores, en el intento de comprender cómo negocios familiares y populares vinculados a áreas y sectores "marginales" se han vuelto elementos cruciales en la economía del país.

CAPÍTULO IV

La institucionalidad intersticial local de los comerciantes populares

¿Por qué un tipo de economía que había alcanzado una extensión asombrosa a través de vastos territorios —como hemos visto en el capítulo anterior— seguía fuertemente invisibilizada y "sumergida"? Y, además, ¿cómo había funcionado y sobrevivido esta economía "marginal" hasta poder mantener su vigencia en la era del mercado global y poderse postular como la nueva "columna vertebral de la economía del país"? (Entrevista a Justo Ramírez, 4 de junio de 2012).

En la Introducción, hemos observado cómo, en Bolivia, las actividades económicas intersticiales tienen una larga historia. Esta larga historia ha informado cómo estos comerciantes definían espacios propios en los "márgenes" de la economía. Esta capacidad de actuar en los intersticios ha llevado a los comerciantes populares a establecer formas de control de rutas y espacios comerciales en zonas periféricas y fronterizas del país. Debido al reducido tamaño del mercado, al déficit de infraestructuras de transporte o a la inseguridad político-jurídica, las grandes empresas a menudo prefieren no arriesgarse a distribuir productos en áreas alejadas o marginales. Por medio de estructuras y redes capilares, los actores económicos populares han ido asentando una institucionalidad propia en estos "nichos" económicos marginales, llegando a controlar flujos comerciales extensos y también dificultando la incursión de empresas competidoras.

En ausencia de un marco legal apropiado, estas "estructuras" garantizan a los sectores populares el funcionamiento del comercio y la circulación de los productos como también formas de control social y de manejo de los conflictos. De esta manera, esta institucionalidad propia genera, como veremos, una serie de prácticas e ideas que

contienen la intervención del aparato burocrático estatal —tradicionalmente más preocupado por sus propios intereses que por el bien de los ciudadanos— y de empresas foráneas, que en sus quehaceres económicos afectarían las prácticas clientelares, de redistribución y sobrevivencia del comercio popular. La falta o la deficiencia de un marco regulatorio desde arriba se compensa con formas propias de regulación desde abajo, no oficiales e informales, planteando una crítica sólida a un discurso neoliberal que había identificado la economía informal como una consecuencia del exceso de reglamentación y burocracia. En otras palabras, los comerciantes populares habrían logrado reconvertir un proceso de exclusión o marginación económica, política y legal en una modalidad de controlar el territorio, procurar ganancias y afirmarse socialmente.

Partiendo de la visualización sobre cómo este tipo de institucionalidad se ha consolidado en espacios intersticiales como consecuencia de un proceso de exclusión socioeconómica, abarcaremos en el capítulo las funciones que cumple esta institucionalidad en el funcionamiento de lo económico como también en la expresión de necesidades y aspiraciones propias de este sector. Veremos cómo, desde un instrumento reactivo a un sistema económico y político dominante y exclusivo, esta institucionalidad ha desarrollado una serie de múltiples alianzas y propuestas que le han permitido transformarse en una estructura proactiva y sólida con la capacidad de desafiar jerarquías y prácticas establecidas en la economía oficial. Intentaremos, además, dar unas pautas para entender cómo, en medio de procesos globalizadores que tienden a debilitar lo local, estas estructuras e institucionalidades intersticiales han permitido formas peculiares de articulación con la economía de mercado global.

Estas instituciones, estructuras, redes y alianzas tienen niveles de vigencia distintos dependiendo del tipo de actor y mercado. Lo que hemos ido viendo entre los comerciantes de los mercados asentados es una capacidad de mantener niveles más desarrollados de organización, lo que permite unas formas más sofisticadas de control de los espacios comerciales y de reglamentación del comercio. En algunos mercados emergentes de El Alto, debido a la heterogeneidad de los miembros y a los niveles inferiores de estabilidad económica, las formas socioeconómicas de control se encontraban limitadas. A eso,

sin embargo, hacía frente una dinamicidad marcada y una capacidad de articularse simultáneamente a múltiples actores y realidades externas.

1. "Asentar el mercado": estructuras locales y nueva institucionalidad en espacios intersticiales

La conformación de los mercados populares urbanos presenta características comunes que nos ofrecen una perspectiva valiosa de las estrategias utilizadas por los comerciantes populares, a menudo de origen rural, a fin de instalar un tipo de institucionalidad propia en un territorio generalmente hostil y ajeno. El mercado de artefactos de la calle Eloy Salmón, por ejemplo, se fue constituyendo en una dinámica zona comercial tras la revolución del 52, fruto de las primeras olas migratorias del campo que siguieron a la Reforma Agraria[59]. Los primeros comerciantes que la poblaron eran, en su mayor parte, ex-campesinos originarios de Taraco, comunidad lacustre fronteriza con Perú y ruta comercial de ingreso de los primeros "artefactos"[60]. Poco a poco, desplazaron a los artesanos y pequeños comerciantes urbanos de la zona y transformaron sus humildes puestos de acera en sofisticadas tiendas de artículos electrónicos de consumo. El sistema interno de préstamos colectivos entre comerciantes (*pasanako*) sirvió para facilitar la llegada de parientes del campo (además, vinculados al transporte fronterizo de mercancías) y también para consolidar su control de los espacios comerciales, al tiempo que se asentaba cierta institucionalidad en una zona urbana marginal y desatendida por el Estado, con vistas a transformarla en un reconocido polo comercial[61]. El *pasanako* —o la simple práctica de compartir los

59 Fruto de la Reforma Agraria, los campesinos empezaron a acceder de forma más directa e independiente a los mercados urbanos para la venta de productos agropecuarios. De manera similar, la revolución del 52 abrió las puertas para mayor movilidad campesina y asentamiento en las ciudades.

60 Es interesante observar cómo varios gremios urbanos han sido constituidos por pobladores provenientes de una misma comunidad o provincia rural (Rivera, 1996; Tassi, 2010). Sin embargo, el contexto urbano ha permitido también que estas alianzas locales se ramifiquen y extiendan por medio de formas ficticias de parentesco.

61 Considérese que, en esa época, la actual calle Eloy Salmón se encontraba ubicada en una parte urbana marginal y escasamente edificada. El nombre *Ch'ijini*

costos de transporte— permitió también costear los primeros viajes comerciales a las zonas francas del puerto de Iquique, en Chile, y de Colón, en Panamá.

La calle Huyustus se constituyó relativamente más tarde, a partir de los años 1980, por pequeños comerciantes de los pueblos rurales en la ruta del ferrocarril Arica-La Paz, principalmente pacajeños (y también por mineros relocalizados), que habían sido empleados como piloteros por los antiguos comerciantes para transportar y almacenar mercaderías provenientes de Chile a lo largo del camino. Empezaron "poco a poco", juntando recursos y capitales para viajar a Iquique (la Zona Franca de Iquique se conforma en 1975). Llegaban los sábados con unas pocas cajas de mercadería a la estación de ferrocarril de La Paz y la gente hacía cola para comprar. En esta época, la calle Huyustus era el lecho del río Apumalla, no había ni calles ni aceras, apenas unas cuantas caseras que llegaban del campo para vender queso. Aparentemente, la orientación de la calle Huyustus al comercio al por mayor fue una elección obligada por el papel de venta al detalle que había adquirido la calle Eloy Salmón y por su ubicación en una zona menos "accesible" a la clase media con poder adquisitivo. Esto obligó a que pequeños comerciantes aunaran capitales para importar en cantidad, un tipo de comercio que era percibido —y en parte sigue siendo así— como "más sacrificado" por los menores márgenes de ganancia en relación con el comercio al detalle, pero capaz de generar montos ingentes de circulante en el breve plazo.

Otro ejemplo se encuentra en Cobija, donde el verdadero pionero de los actuales comerciantes populares ha sido Patricio Villca, quien, a principio de los años 1970, se aventuró por Beni saliendo por Puerto Villarroel y llegando por barco a Riberalta. Patricio Villca era de Orinoca (Oruro) y poco a poco empezó a traer a Cobija hermanos, primos y parientes de su comunidad que sustituyeron paulatinamente a los antiguos comerciantes extranjeros —libaneses, italianos, alemanes y judíos—, quienes importaban productos de Europa y se encontraban vinculados a una economía de la goma en declive. El "clan de los

—"lugar que tiene pasto"— parece referirse a los terrenos de una hacienda en las afueras de la ciudad.

Orinocas" constituyó una especie de cooperativa que les permitía juntar dinero para viajar a Iquique y costear el transporte de forma comunal. A través de la cooperativa, estructuraron una forma de *pasanako* para traer y financiar las actividades comerciales de amigos o parientes de Orinoca que aspiraban a incursionar en al comercio en Cobija (Carol Carlo y José Aguilar, comunicación personal). De este modo, se consolidó una estrategia importante de control del territorio para, por un lado, desplazar a los aspirantes comerciantes pandinos y, por el otro lado, limitar la incursión de inversionistas brasileros que habían empezado a olfatear las ventajas comerciales de Cobija. Hoy en día, la principal calle comercial de Cobija está ocupada por almacenes comerciales de propiedad de familias orinoqueñas en su mayoría.



Mercado Asodimin, El Alto. Fotografía de Giovana Ferrufino.

El mercado Asodimin, en El Alto, actualmente en construcción, constituye un ejemplo actualizado de la evolución de las prácticas de los comerciantes, de sus relaciones con las autoridades y de sus intentos de asentar una institucionalidad en sus propios términos. El mercado engloba a unos 30 comerciantes de abarrotes

(y 140 "inquilinos") que se han trasladado desde la calle Palenque, en plena Ceja de El Alto, a un barrio marginal y semihabitado. Una vez adquirido el terreno de forma comunitaria, lo han repartido en lotes y los mismos comerciantes se han encargado de construir el mercado, adoquinar las calles y gestionar con Electropaz la instalación de postes de luz. Tuvieron, en un principio, desacuerdos con la junta de vecinos; sin embargo, la magnitud de la inversión ayudó a templar las tensiones. Aparte de las inversiones individuales, la asociación local de comerciantes sacó de un banco de El Alto un préstamo colectivo de varios millones de dólares en colaboración con otra organización gremial. Después de poner a una calle el nombre del presidente de la asociación de comerciantes, han entregado las calles al gobierno municipal de El Alto y han empezado a negociar para traer su propia línea de transporte.

Las características comunes de estos mercados son varias. En primer lugar, está el desplazamiento por parte de grupos de comerciantes populares, muy a menudo aymaras, de los antiguos pobladores por medio de un proceso más o menos paulatino de apropiación del territorio. Esta apropiación de espacios comerciales urbanos se da con préstamos o inversiones colectivos por medio de los cuales se compran terrenos, tiendas y puestos. En segundo lugar, se produce el asentamiento de nueva institucionalidad y de una serie de prácticas propias de estos actores en espacios con una escasa presencia de las instituciones oficiales.

Un elemento importante de este tipo de institucionalidad en zonas marginales ha sido también su invisibilidad. El desprecio y desinterés de las clases dominantes hacia sectores populares e indígenas considerados económicamente atrasados conjuntamente con la actitud de los mismos comerciantes de "disimular" para que otros sectores no interfieran con su institucionalidad han consolidado la práctica más o menos consciente de invisibilizar y hasta negar la realidad de la economía popular. Si el disimulo había constituido tradicionalmente una estrategia para salvaguardarse de una clase dominante opresora y explotadora, también acabó por alentar un imaginario del indígena urbano caracterizado por "la duplicidad, la mentira, la astucia" (Arguedas [1909], 1937). Se diferenciaba dramáticamente así al comerciante popular del

ideal del caballero republicano hacendado como hombre de palabra y honor.

2. Un entramado de instituciones intersticiales: control de espacios comerciales y reglamentación de conflictos

Si excluimos el caso de los hijos acomodados de los comerciantes asentados, el perfil del comerciante popular es el de un emprendedor sin recursos, pero con mucha inventiva, que "poco a poco" ha logrado "crecer" y ha desarrollado un extenso conocimiento memorístico autodidacta de mercados, precios y flujos. Hay comerciantes que han empezado con préstamos de parientes de las zonas rurales; otros, sin capital alguno, simplemente comprando mercadería a créditos de 30 días; otros, viajaban a Chile y se infiltraban en las grandes empresas para espiar prácticas y proveedores. Ramiro Yupanqui (8 de noviembre de 2012) afirma irónicamente que si hacer plata con plata es la tarea de los capitalistas, hacer plata sin plata es un trabajo para artistas. A pesar del éxito económico alcanzado por algunos, todos en su recorrido han tenido caídas y pérdidas abrumadoras. Ello hace suponer cierta resiliencia de estos actores y sus estructuras socioeconómicas así como la gran exposición a los riesgos de este tipo de economía.

Estructuras y alianzas populares constituyen elementos importantes para amortiguar estos tipos de riesgos. Generalmente, para estos actores, hay diversos niveles de asociatividad que se sobreponen unos a otros por medio de una extensa cantidad de vínculos y redes capilares, incluyendo lo gremial, lo religioso, lo vecinal y el parentesco. A su vez, los vínculos responden a dinámicas de horizontalidad y verticalidad (cf. Guaygua y Castillo, 2008; Samanamud *et al.*, 2007), de apoyo mutuo y conveniencia y, no por último, a la necesidad de desplazar a los antiguos habitantes y apropiarse de espacios comerciales. En esta concatenación de diferentes institucionalidades, se producen formas de control social, reglamentación económica y toma de decisión política en contextos donde las autoridades estatales ejercen un control limitado. En otras palabras, esta multiplicidad y sobreposición de organizaciones teje una estructura social que regula el acceso al comercio, sanciona comportamientos antisociales y protege a las actividades comerciales.

Entre los comerciantes asentados en las calles Eloy Salmón, Huyustus y en Asodimin, esta asociatividad constituye un elemento clave para reglamentar el acceso de empresas y personas foráneas al comercio. Inicialmente, se intentaba integrar al mercado potenciales aliados por medio de facilitaciones de préstamos. Cuando, más tarde, los comerciantes populares se volvieron los dueños de las propiedades, galerías y tiendas de estos mercados, las relaciones de compadrazgo, parentesco y "lealtad" y el compartir los mismos círculos sociales se transformaron en herramientas clave para acceder a un puesto de venta o a cuotas reducidas de alquiler.

La conquista de ciertos espacios por parte de los comerciantes populares se había producido desplazando a negocios más antiguos y a otros sectores sociales; por esa misma razón, una prioridad de los comerciantes populares ha sido obstaculizar formas de "competencia desleal" y el acceso de empresas externas que pudieran amenazar su estructura de poder y la nueva institucionalidad establecida. Hoy en día, sobre todo en los mercados asentados, conseguir una tienda en alquiler o un puesto en la calle se hace difícil si no se tienen relaciones de familia con miembros del gremio o se ha demostrado ser una persona de confianza y un aliado de valor en las actividades folklórico-religiosas de la fraternidad. En algunas de las fraternidades de comerciantes, pasar la fiesta es un requisito implícito para que los "simpatizantes"[62] puedan acceder a un espacio fijo en el mercado. En el caso de El Alto, Sian Lazar (2008, 2012) afirma que la federación de gremialistas se encarga de organizar a los comerciantes y de reglamentar el comercio. De hecho, en varias circunstancias, la federación sustituye al Estado en una variedad de funciones regulatorias que incluyen la entrega de permisos de venta, el mantenimiento y organización de los puestos y la limpieza de la calle.

La combinación de un crecimiento económico a veces sorpresivo con una lucha constante por mantener el control político-económico de estos espacios comerciales "marginales", pero emergentes, genera una tensión interesante entre la consolidación económica de verdaderos polos comerciales populares y un intento marcado por parte

62 Se les dice "simpatizantes" a los miembros de la fraternidad que no son parte del gremio.

de los mismos comerciantes de visual y verbalmente minimizar los alcances económicos de sus actividades para no llamar la atención. Como veremos, la participación —o, más bien, la inversión— de las grandes marcas o de los emprendedores chinos en unos mercados populares cada vez más atractivos no ha sido rechazada. Sin embargo, estas marcas y estos emprendedores se han visto muy a menudo obligados a utilizar las estructuras y redes locales de distribución para acceder al mercado en un contexto, además, donde los comerciantes populares no estaban interesados en constituir sociedades como socios menores, sino, más bien, en varios casos, eran dueños de marcas y negocios autónomos e independientes. En otras palabras, la inversión de empresas extranjeras es bienvenida en la medida en la que no interfiera con las estructuras locales de poder y con formas de control del comercio.

Esto genera una serie de prácticas de relacionamiento con actores externos —que volveremos a mencionar en el siguiente capítulo— que parecen basarse en una compleja estrategia de "incluir excluyendo" emblemática para visualizar la ingeniosidad de unos actores económicos que se han encontrado construyendo su poderío económico desde una condición de subordinación. Si tomamos, por ejemplo, la fiesta del Gran Poder, quizás el evento socioreligioso más importante en relación con el comercio popular, observamos que sus celebraciones han ido abriéndose paulatinamente a actores externos a los gremios comerciales locales, como también a grupos y bloques de otra proveniencia social. Son justamente estos actores externos los que generalmente juegan un rol de mayor visibilidad en las entradas de la fiesta, muy a menudo bailando de "figuras" y exhibiendo pasos y trajes especiales claramente diferenciados de la tropa (cf. Himpele, 2003). Sin embargo, a pesar de su visibilidad, estos grupos cumplen un rol extremadamente marginal en la toma de decisiones, quedándose puntualmente excluidos de los manejos políticos y económicos de la fraternidad y —más aún— del gremio.

Claramente, el mercado es un espacio más complejo que la fiesta, aunque parecen operar dinámicas parecidas. Marcas, empresas e inversionistas foráneos operan claramente en la zona comercial del Gran Poder; sin embargo, a pesar de sus letreros llamativos de neón, el control de los espacios comerciales por parte de los comerciantes

populares obliga a los actores externos a conformarse a una serie de prácticas económicas, decisiones y formas localmente definidas (Tassi, 2012: 94). La relación con las grandes empresas, como Samsung, Sony y LG, es emblemática de esta tendencia. Mientras que éstas han empezado a pedir relaciones de exclusividad a los comerciantes locales a cambio de sustanciales compensaciones, los comerciantes han aceptado las compensaciones de las empresas por la exclusividad y han seguido con sus tradicionales prácticas de diversificación de productos y marcas limitándose a retirar y cambiar los letreros de la empresa cada vez que el representante de la marca llegaba a visitar la tienda.

La multiplicidad y concatenación de estructuras e instituciones juegan un papel central en la regulación del acceso y de las actividades vinculadas al comercio y al control social. Algunas de estas redes, prácticas y organizaciones —juntas de vecinos, gremios y asociaciones— presentan elevados niveles de formalización y, por estatuto, se otorgan la potestad de sancionar, impedir el ingreso y hasta expulsar físicamente a los miembros, si no cumplen con una serie de requerimientos y prácticas o si generan formas "desleales" de competencia. Uno de los eventos que más nos ha llamado la atención durante el trabajo de campo ha sido el caso de un vecino sorprendido *in fraganti* mientras robaba mercadería del depósito de un comerciante. En una asamblea de la junta de vecinos, donde participaban tanto el "imputado" como la "parte ofendida", cada uno expuso sus razones y versiones de los hechos. El comerciante dueño de las mercaderías robadas, en vez de denunciar el hurto a las autoridades, esperó la deliberación de la junta, que decidió que el vecino fuera expulsado de la zona, a menos que restituyera las mercaderías robadas dentro de un plazo establecido.

Al interior de las juntas de vecinos, gremios y asociaciones de conjuntos folklóricos —que, en muchos casos, reúnen a los diferentes representantes de gremios locales— funcionan los así llamados "tribunales de honor", cuyas autoridades se reeligen cada uno, dos o tres años, y que se encargan de sancionar, regular y buscar soluciones a conflictos y delitos. En el año 2003, la junta de vecinos del Gran Poder tenía 38 secretarios a cargo de diferentes asuntos. Así, cada una de las más grandes familias de esta zona comercial tenía un miembro activo en esta organización popular, garantizándole,

potencialmente, tanto el acceso constante a informaciones estratégicas de gestión pública como una participación directa en la toma de decisiones sobre asuntos que iban desde la seguridad barrial hasta los conflictos y la promoción de los "derechos de los comerciantes".

Un elemento que vale la pena señalar es cómo estas organizaciones populares, muy a menudo, desarrollan una estructura y reglamentación interna hecha de estatutos, presidentes, secretarios y tribunales que refleja e imita a las tradicionales instituciones estatales. Sin embargo, en muchos casos, estas mismas organizaciones populares, con sus reglas y decisiones, se encargan de mantener el Estado a cierta distancia, de limitar la incursión de otros entes institucionales y políticos —por ejemplo, el control policial— en sus negocios, mientras que, simultáneamente, promueven, protegen y reafirman las formas y estructuras locales de poder.

Tradicionalmente, tanto los investigadores como los sectores dominantes han concebido estas formas de apropiación de elementos de la institucionalidad oficial —política o religiosa— por parte de sectores populares e indígenas o como unas operaciones cosméticas que disfrazaban creencias, prácticas e instituciones que en el fondo se mantenían indígenas, o como un acto de sumisión y adaptación a los poderes e instituciones oficiales y dominantes (cf. Abercrombie, 1998). Aquí, vemos un tipo de práctica en la que estas estructuras apropiadas de la institucionalidad oficial se vuelven herramientas estratégicas para desarrollar un tipo de institucionalidad propia. A partir de la toma de decisión de estos organismos populares, los comerciantes de la calle Huyustus y la feria 16 de Julio han resuelto, por ejemplo, oponerse colectivamente y enfrentarse a los operativos policiales del Control Operativo Aduanero (COA) en el año 2012.

A las sanciones definidas en los estatutos y reglamentos de estas asociaciones populares, se suma toda una serie de formas de control social implícitas o no escritas —a menudo, basadas en prácticas tradicionales y consuetudinarias de control colectivo— que regulan y sancionan socialmente ciertos comportamientos. Esto brinda al comercio popular un nivel de sofisticación elevada en términos de prácticas propias de seguridad y de resolución de conflictos, frecuentemente orientadas a evitar la intervención de autoridades del Estado

en sus asuntos internos. Existen formas de control social directo y natural —sea familiar o gremial—, debido a la proximidad física de los negocios, que cumplen una función importante en la seguridad así como en alertar comportamientos sospechosos. En muchos casos, por ejemplo, los familiares, parientes y vecinos que viven en el piso de arriba o en las proximidades del depósito o de la tienda —a veces, en una vivienda de propiedad del comerciante— se encargan de controlar el acceso a estos locales. En varios casos, actuar fuera del radar de la ley y en zonas marginales lleva a ciertos comerciantes a desarrollar acuerdos de no beligerancia con grupos de atracadores, para que no interfieran con las operaciones de carga, descarga y venta de las mercaderías. A esto se complementa y contrapone una especie de control social indirecto que desincentiva la acción delictuosa a través de formas de exclusión social definitiva de los mismos organismos y redes sociales que constituyen este sistema capilar de relacionamientos sociales y económicos. De hecho, estas formas de control social se anclan, muy a menudo, en una serie de prácticas culturales profundamente enraizadas.

3. Prácticas socioculturales e institucionalidad económica

Abordaremos con mayor detalle la relación entre prácticas económicas y culturales del comercio popular en el Capítulo VI; sin embargo, vale la pena introducir aquí el tema enfatizando la importancia de las prácticas culturales en tejer una institucionalidad crucial para lo económico.

En ciertos periodos del año, un amigo carnicero llega a gastar la mitad de las entradas de su tienda en eventos sociales y religiosos, como matrimonios, bautizos, quitapenas, cabos de año, recepciones de bloques y fraternidades, prestes y fiestas patronales que marcan la vida social y económica de los comerciantes populares de estas zonas. Estos eventos constituyen espacios de socialización, reconocimiento y afirmación social para actores económicos excluidos de las prácticas oficiales de la movilidad social. A través de la participación en estos eventos, de los "regalos", del gasto en ropa y trajes, cuotas y cerveza, se tejen formas de reciprocidad obligada entre individuos y familias que van componiendo y fortaleciendo un entramado de múltiples relaciones socioeconómicas que, en un contexto de ausencia de la

institucionalidad oficial, juega el rol clave de reglamentar y enmarcar prácticas comerciales y sociales. Por medio de este entramado de relaciones, de deudas y créditos —sociales y económicos—, la familia de nuestro amigo carnicero genera, por un lado, la posibilidad de nuevas articulaciones comerciales con otros actores y, por el otro lado, una forma de dependencia de estas relaciones a las cuales se encuentra social y económicamente “amarrada”; por un lado, protegida y, por el otro, controlada.

El fortalecimiento de la economía popular ha sido acompañado por el potenciamiento de una serie de estructuras y prácticas locales hasta el punto que la emergencia de los comerciantes populares no se manifiesta con una simple afirmación económica, sino se extiende a formas de control social y prácticas organizativas que desplazan a la tradicional clase media urbana. Sociólogos y antropólogos (cf. Colloredo-Mansfeld, 1999) han observado cómo un incremento de los ingresos llega a generar una tendencia en muchos grupos a renunciar a ciertas formas culturales para participar más plenamente en la sociedad industrial, con sus productos y prácticas modernas. Lo que vemos entre los comerciantes populares es que el mayor bienestar económico se asocia a una general intensificación de ciertas prácticas culturales y, en algunos casos, hasta a formas de reinversión de recursos en la reproducción de prácticas locales, así que, muy a menudo, se producen interacciones poco convencionales entre las formas de la economía global y las prácticas locales.

Durante el trabajo de campo, la mercadería de un comerciante de la calle Huyustus, con valor de 10.000 dólares, desapareció de un camión durante el recorrido entre la aduana y el depósito. El dueño acusó de robo al empleado a cargo de contabilizar el número de aparatos que se estaban trasladando. Una acusación de robo en la calle Huyustus, si no se la aclara, constituye un asunto serio que puede impedir el acceso a una serie de espacios sociales y económicos y limitar fuertemente las aspiraciones de ascenso social, así que el empleado y el hijo del dueño recurrieron a un *yatiri* para desentrañar los hechos alrededor del robo. En estos tiempos de bonanza económica y auge del comercio, los *yatiris,* además de apoyar el surgimiento de los comerciantes, se están abocando más y más a hacer previsiones sobre robos, decomisos y resolución de

conflictos vinculados al comercio. En vez que desaparecer o ser desplazados por la afluencia de productos electrónicos globales a causa de su conocimiento anticuado, estos especialistas rituales han ido encontrando nuevos nichos y significados en el pleno corazón de la economía global. Los dos *yatiris* consultados coincidieron en que el empleado no era el autor del hurto y que, más bien, habría que cuestionar al almacenero de la aduana. A la mañana siguiente, el empleado, armado de moneda, grabadora y testigo, se dirigió a la aduana para interpelar al almacenero. Después de haberle explicado la seriedad de los acontecimientos y que había que investigar todas las opciones, el empleado afirmó con determinación que tenía que "frotar con moneda" al almacenero. En el imaginario popular, el friccionar con una moneda a la piel de un ladrón produce una serie de manchas oscuras y permanentes. Asustado por la propuesta, el almacenero se negó rotundamente, lo que fue unánimemente aceptado como una admisión implícita de culpa, lo que llevó a considerar el caso como cerrado, dejando al almacenero y al dueño la responsabilidad de encontrar un acuerdo y ajustar las cuentas.

La anécdota del robo nos da una idea de la fortaleza y la sobreposición de una serie de códigos propios de los comerciantes populares como también de las limitaciones para entender el funcionamiento de su economía como desvinculado de elementos sociopolíticos y hasta religiosos. El dueño de la tienda es un importador de artefactos que viaja habitualmente a Iquique y a la China y que, sin embargo, no duda en recurrir a un *yatiri* para aclarar un robo o para conocer el resultado de una inversión. Esto implica una forma de entender y participar en la modernidad y la globalización sin perder de vista unos supuestos y referentes locales o, tal vez, hasta potenciándolos.

4. El "capital individual": nuevas generaciones y autonomía en las estructuras del comercio popular

La institucionalidad intersticial que hemos intentado describir, con su concatenación de estructuras, sus alianzas y creencias, resultaría incomprensible si no se tomaran en cuenta los espacios y las posibilidades de toma de decisión individual que ella misma garantiza. Mientras que en las precedentes secciones nos hemos concentrado en la capacidad de esta institucionalidad intersticial de producir unas

estructuras propias y un entramado de relaciones socioeconómicas sólido y envolvente, ahora nos enfocaremos en la tipología de espacios individuales que estas estructuras permiten. En los imaginarios mencionados en la Introducción, se tiende a percibir a los comerciantes populares como caracterizados por una ambigüedad y contradicción de fondo. Por un lado, parecen inclinados a un tipo de prácticas "comunitarias" y "solidarias" y, por el otro lado, se los percibe como "capitalistas explotadores" e "individualistas" (cf. Albó, 1975; Carter y Mamani, 1982). Sin embargo, esta institucionalidad "paralela"[63] de los comerciantes populares, sus reglas sólidas, sus arraigados códigos socioculturales y sus redes extensas se combinan con una tendencia sorpresiva —o capacidad— de garantizar cierto tipo de libertades y espacios de acción individuales e independientes.

La tradición filosófica europea (Hobbes, 2010; Rousseau, 1994; Stuart Mill, 1999; Durkheim, 1982) ha tendido a dicotomizar lo colectivo y lo individual presentándolos como categorías analíticas y expresión de enfoques económicos-políticos opuestos, generalmente, el socialismo y el liberalismo. En realidad, la misma economía moral del capitalismo se funda en una división tajante entre una esfera laboral y pública, caracterizada por la impersonalidad, el individualismo y la ganancia, por un lado, y una esfera familiar privada fundada en la intimidad, el altruismo y la reciprocidad (Parry, 1986; Hart, 1999). En los comerciantes populares, esta división tajante no opera así. Más al contrario, lo económico y lo laboral resultan profundamente articulados a las relaciones sociales y religiosas —para horror de los liberales— y, simultáneamente, las relaciones íntimas y familiares están imbuidas de significados y valores económicos, para horror de los humanistas.

La institucionalidad de los comerciantes populares, su estructura reticular, su sistema de control de espacios comerciales y de reglamentación socioeconómica se asientan en una serie de negocios privados e independientes que, en muchos casos, manejan con celo

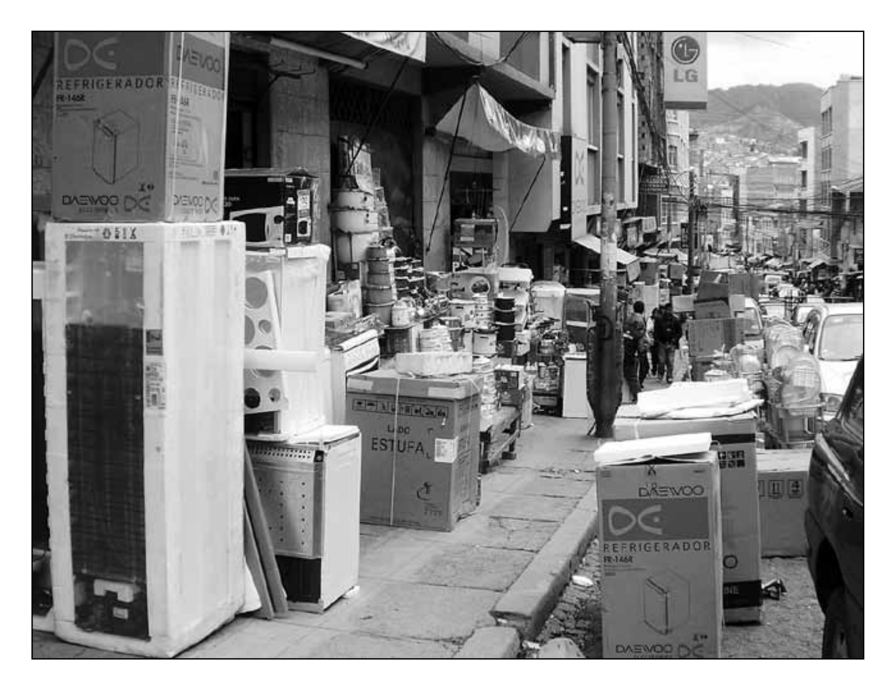
63 Aquí utilizamos la palabra "paralela" entre comillas porque, en realidad, el tipo de institucionalidad de los comerciantes populares, a pesar de mantener lógicas y prácticas propias, se articula y relaciona constantemente con la institucionalidad oficial.

su propio *know how,* pero que se alían repetidamente para compartir costos y garantizar el control del mercado. Los importadores de la calle Huyustus que viajan a la China conjuntamente compartiendo los costos de los contenedores, a pesar de compartir los mismos proveedores, entablan negociaciones individuales con los dueños de los consorcios familiares. En algunos casos, hasta suscriben pactos entre ellos para evitar que se produzcan formas de competencia en los productos estrellas que cada uno maneja individualmente. Hay un patrón parecido en el manejo de las tierras comunitarias —*aynuqas,* en aymara—, donde, a pesar de la propiedad comunal de estos terrenos, se los reparte en parcelas que se asignan a cada familia, la cual, de forma autónoma e independiente, decide el tipo de producto a sembrar, las estrategias productivas y se encarga de su control y administración.

Como veremos más detalladamente en el Capítulo VI, los negocios del comercio popular, muy a menudo gestionados familiarmente, operan con "capitales individuales", es decir que la madre, el padre y el hijo gestionan de forma independiente su propio capital, articulándose y aliándose estratégicamente el uno al otro e, incluso, hasta prestándose dinero con interés a pesar de ser miembros del mismo negocio familiar. En vez de gestionar un capital común con una clara división del trabajo y de las tareas internas al núcleo familiar, cada miembro de la familia se encarga de su propia gestión financiera y de su compraventa, a menudo adoptando prácticas y estrategias propias, así que en la misma tienda de aparatos electrónicos, a pesar de la aparente sensación de uniformidad, hay una división implícita, pero clara, entre productos de pertenencia de diferentes miembros de la familia: los microondas del hijo, las lavadoras de la madre y las televisiones del padre. Lo que esto origina es que, con frecuencia, en la misma tienda se manejan simultáneamente tres cajas distintas, una por cada miembro de la familia.

Ello no quiere decir, en absoluto, que "la lógica capitalista haya desestructurado la familia", pero sí que existe una organización socioeconómica propia fuertemente estructurada que garantiza y genera espacios para que cada miembro de la familia desarrolle su propio "camino", evitando así mecanismos verticales de autoridad y de excesiva dependencia de la potestad familiar. De esta manera,

el negocio familiar no toma tanto la forma de una empresa con clara división del trabajo entre los miembros, sino, más bien, cada persona se encarga de seguir de principio a fin el proceso entero de comercialización, diversificando por rubro o producto y transformando el negocio en una concatenación de actividades y estrategias distintas. Esta dinámica no coincide, por supuesto, ni con un una lógica económica individualista liberal ni con una humanista-solidaria. Este tipo de estructura socioeconómica se diferencia de la forma cooperativista que se impuso con las reformas del nacionalismo revolucionario como herramienta para organizar, tecnificar y desarrollar la producción campesina indígena (cf. Platt, 1982). Además, el marcado sentido de independencia y de autonomía de este tipo de empresas contrasta con los repetidos llamados por parte de expertos (PNUD, 2005) y cooperantes que invitan a los comerciantes populares a "asociarse" o a sumarse a la iniciativa de la gran empresa privada.



Venta al detalle, Eloy Salmón. Fotografía de Nico Tassi.

El tema de la educación de los hijos y su participación en los eventos sociales del gremio o de la fraternidad revelan esta tensión

constante entre la fidelidad a una institucionalidad propia y el garantizar espacios independientes con posibilidad de "diversidad" dentro de las estructuras sociales de estos sectores populares. Xavier Albó (2006) observa cómo la aparentemente estricta uniformidad de trajes y movimientos de las fraternidades en las entradas folklóricas en El Alto, en realidad, revela una serie de diferenciaciones, innovaciones y sincretismos que posibilitan una amplia posibilidad de opciones para hijos y jóvenes. En las entradas, los hijos conforman sus propias "figuras", pasos y bloques, generando así espacios propios y estilos sincréticos, incluyendo la música *techno* o el *rap* "a las que, a veces, añaden modalidades propias y el adjetivo 'aymara'" (Albó, 2006: 341).

En este sentido, nos hemos encontrado —otra vez— con una serie de tendencias contradictorias. Por un lado, se advierten casos de hijos de apenas diez años que han sido comprometidos para ser pasantes de fraternidades en el año 2025, lo que implica una marcada canalización hacia un contexto y unas estructuras que, a pesar de considerarse intersticiales y populares, generan unos referentes, una solidez y una coherencia social asombrosos. Por el otro lado, hemos visto que, desde temprana edad, se produce una observación meticulosa de los gustos y disposiciones de los hijos y un simultáneo respeto a estas preferencias basado en la convicción que interferir con ellas generaría "resentimientos" y desequilibrios. La elección de la carrera en la universidad es otra decisión que, a menudo, se define con base en las disposiciones del hijo o hija —también porque para los padres la universidad constituye un universo desconocido— y no tanto con base en las necesidades del negocio familiar.

No hay duda alguna de que muchos de los hijos de los comerciantes populares se encuentran con el dilema de seguir la profesión que han estudiado o seguir con un comercio que da buenas ganancias, pero requiere "sacrificios". El mercado Rodríguez es un espacio particularmente interesante para entender estas dinámicas. Por un lado, hay un número creciente de jóvenes vendedoras egresadas o licenciadas —desde ingenieras comerciales a comunicadoras— que no encuentran oportunidades en su rama de trabajo[64]. Por el otro

64 En esta investigación, no nos hemos concentrado explícitamente en temas de género o en rescatar historias de mujeres exitosas en el comercio, sino más

lado, habiendo heredado la actividad y el puesto de la madre, prefieren no perder una fuente de rédito segura e ir diversificando sus fuentes de ingresos. Esto también se debe al hecho de que la educación secundaria no constituye propiamente un instrumento seguro de movilidad social para estos sectores populares. En primer lugar, la universidad es un espacio vinculado a una realidad y sector social y laboral "profesional" a veces ajeno a los sectores populares, que, además, tampoco disponen de las herramientas sociales y los contactos necesarios para acceder a ello[65]. En segundo lugar, la universidad no parece generar un conocimiento útil para los sectores populares y el comercio popular por seguir desconociendo las necesidades cognitivas de estos grupos. Los comerciantes populares que han adquirido un nivel de *know how* tecnológico sofisticado o destrezas profesionales siempre los han alcanzado de forma empírica y vivencial o de empresas y *partners* comerciales extranjeros. A este respecto, el auge de los comerciantes populares se diferencia del auge de los actores populares limeños que parecen haber encontrado en la educación un recurso clave y un destino importante de sus inversiones por procurar ciertos niveles de ascenso socioeconómico (Arellano y Burgos, 2010; Golte y Adams, 1987).

Esta compleja combinación de factores genera que los hijos de los comerciantes populares, con motivo de las decisiones claves de

---

bien nos hemos orientado hacia la lógica económica familiar, enfocándonos particularmente en la compleja articulación entre dinámicas de autonomía y complementariedad. Aunque tengamos ejemplos interesantes sobre el papel de las mujeres en el comercio, la información a nuestra disposición no nos permite generalizar sobre tendencias y roles específicos de género. Para esto, sería necesario un estudio más en profundidad. En el nivel generacional, hay una clara inversión por parte de los padres en la educación universitaria de los hijos y la impresión que tenemos es que las hijas tienden a completar sus estudios exitosamente con mayor frecuencia que los varones. Como explicamos en esta sección, esto no equivale necesariamente a un proceso inmediato de "profesionalización".

65 Hay una cantidad de ejemplos de hijos de comerciantes asentados que han conseguido su título universitario y que ahora trabajan de abogados o arquitectos. Lo interesante de estos ejemplos es que sus fuentes de trabajo profesional siguen siendo estos sectores populares económicamente exitosos —como los comerciantes—, con los que se relacionan por medio de las mismas redes sociales que hemos perfilado anteriormente.

su vida —por ejemplo, el matrimonio, cuando hay que decidir entre una fiesta con *ayni* de cerveza y apadrinamientos perdurables o un bufet elegante en un hotel de la Zona Sur de la ciudad de La Paz— se vuelvan a rearticular con el mundo más sólido, rentable y menos incierto —pero, además, mucho más extenso territorialmente y reticularmente difuso— de la familia, cuyas redes y maneras han sido cultivadas por sus padres desde el nacimiento. Estas dinámicas de fagocitación por la familia —o de capacidad de la familia de lidiar con las diferencias generacionales— y limitada movilidad social parecen estar en la base de una serie de estrategias y prácticas propias para expresar su estatus y llamar la atención sobre su dominio económico, por ejemplo, con patrones y maneras propias de vestir, fiestas con bandas, entradas religioso-folklóricas que expresan, una vez más, una tendencia a manifestar ascenso social y expansión económica por medio de una "conquista territorial" de espacios urbanos tradicionalmente reservados a la clase media.

5. Conclusiones

Hasta ahora, hemos visto cómo una concatenación de institucionalidades intersticiales —con diferentes niveles de formalización y que se extienden al ámbito social, laboral y religioso— logra consolidar los mercados locales, controlar el acceso a los espacios comerciales y tejer una red local de control social. Además, estas estructuras no solo garantizan un paraguas de institucionalidad interna que les permite negociar con —y enfrentar— los marcos legales e instituciones del Estado, si no que también generan formas de acceso a espacios, información y recursos de los que ciertos sectores populares han sido tradicionalmente postergados. Por último, esta institucionalidad local compleja garantiza una serie de herramientas sociopolíticas y estratégicas para enfrentar los flujos globales en lo local, generando prácticas que permiten tanto reencauzar lo global como articularse a ello. Frente a unos imaginarios que representaban a estos actores como precarios e improvisados y con una estructura fuertemente inapropiada a un tipo de economía global dinámica y moderna, hemos visto cómo esta institucionalidad presenta niveles importantes de complejidad y una capacidad inusual de lidiar con actores externos.

Sin embargo, estas estructuras no son elementos fijos, anclados e inamovibles. No solo garantizan espacios importantes de autonomía y la posibilidad de toma de decisiones individuales, sino, sobre la base de estas estructuras locales, se generan múltiples articulaciones flexibles. Esta agilidad y flexibilidad permiten articularse reticularmente a otros espacios y territorios, apropiando y resignificando elementos externos, y engendran una tendencia a fragmentarse y expandirse y, por ende, recrearse, manteniendo una continuidad sorpresiva en sus formas. El entramado de institucionalidades que hemos descrito se extiende mucho más allá del ámbito local, generando alianzas y redes extensas con actores estratégicos en otros mercados, ciudades y países. Esto propicia una combinación de formas locales de control de los mercados y reglamentación de las actividades comerciales con redes territoriales flexibles más y menos capilares. En el siguiente capítulo, nos concentraremos en estas redes territoriales, extra-gremiales y no locales para entender la tipología de lazos en la que se asientan y su alcance.

CAPÍTULO V

Redes y alianzas comerciales: más allá de lo local

La institucionalidad del comercio popular no se limita a unas estructuras y estrategias para consolidar formas locales de control de espacios comerciales. De hecho, este énfasis unidireccional en lo local y lo "marginal" ha derivado en la idea de que el comercio popular se compone de diversos grupos corporativos cerrados y logias económicas caracterizados por la inmovilidad e imposibilidad de progresar. En el caso del comercio popular, la institucionalidad local y el control local del territorio se combinan con una serie de redes y alianzas translocales con actores externos que brindan una dinamicidad inusual a este tipo de economía. Estas redes y alianzas articulan diferentes "localidades", se basan en una serie de recursos sociales y económicos que ya existen en el territorio y generan espacios sociales translocales. Por un lado, estas extensas redes permiten consolidar formas de control de áreas marginales del país (fronteras), de las que el Estado y las clases dominantes se habían despreocupado tradicionalmente, dibujando cadenas de aprovisionamiento y distribución internas que alcanzan áreas alejadas del país. Por el otro lado, las alianzas translocales permiten entablar redes con actores económicos globales, como los consorcios familiares chinos, los capitalistas árabes, hindúes y chinos de la Zona Franca de Iquique, los revendedores brasileros. A menudo, el elemento en común de estos actores es que actúan fuera del radar de la ley (tanto en China como en Cobija), en los intersticios legales de la globalización, pasando por alto una serie de estándares, reglas comerciales y leyes de propiedad intelectual.

La combinación de estructuras (sólidas) y redes (flexibles), de solidez institucional y alianzas capilares, en vez de generar un auge

económico repentino y volátil, permite al comercio popular asentar control de los medios y espacios comerciales, generar formas y estrategias para protegerse de la gran empresa privada y articularse a lo global de forma estratégica y desde términos propios.

1. Las redes territoriales como cadenas de aprovisionamiento y distribución: las alianzas verticales

En el anterior capítulo, nos hemos enfocado en las alianzas horizontales de los comerciantes populares con los miembros del mismo gremio y con los familiares más cercanos para el control del territorio local. En las siguientes secciones, nos concentraremos en las alianzas verticales y más jerárquicas que los comerciantes entablan con sus proveedores para garantizar una provisión constante y compras a crédito y en alianzas transversales con otros grupos y actores externos que juegan un rol clave para el funcionamiento y reproducción de este tipo de comercio.

En el caso de los comerciantes emergentes que se han articulado más recientemente al comercio, hemos observado que la relación con los grandes importadores —sus proveedores— es crucial y hay una inversión continua de tiempo y recursos para alimentar formas de reciprocidad con estos proveedores y así estabilizar su posición económica. Rigoberto Ali, uno de los comerciantes al por menor de zapatos usados de la feria 16 de Julio con los que hemos trabajado, a pesar de llevar más de cuatro años en el comercio y haber consolidado su relación con grandes proveedores en Oruro, sigue "trabajando" para fortalecer relaciones de cercanía con los importadores (Rigoberto Ali, 4 de octubre de 2012). La estrategia de Rigoberto, una vez escogidos sus proveedores, ha sido la de mantener con ellos relaciones de compras constantes hasta —y sobre todo— en los momentos en los que los precios de la competencia eran más convenientes. Con estos actos de "reinversión" en las redes sociales, Rigoberto apuesta a una relación comercial duradera y un vínculo más sólido que le hubiera permitido estabilizar su posición económica en la cadena. De hecho, con el tiempo, este tipo de estrategia ha permitido a Rigoberto poder escoger los mejores productos al momento de adquirirlos de sus proveedores mayoristas que, a su vez, le avisan por teléfono al llegar las cargas de mercaderías de su rubro y nicho y hasta le venden

a crédito. Es bastante común que los comerciantes emergentes elijan pedir créditos privados a los importadores, muy a menudo a una tasa de interés mayor que en los bancos. Estas formas de crédito les garantizan algo más que el acceso al capital, dado que aseguran su colocación en el flujo del comercio.

El comercio de ropa usada constituye un buen ejemplo de cómo, a menudo, estas redes comerciales se extienden a lo largo de espacios extensos. De hecho, la importación de ropa usada —que llega de Estados Unidos a la Zona Franca de Iquique, entra a Bolivia por la frontera de Pisiga y se acopia en la zona sur de Oruro— requiere de infraestructuras, almacenes y actores diseminados a lo largo del camino. Cuando Charaña constituía el principal punto de entrada al país de los productos chilenos y todavía funcionaba el ferrocarril, una serie de actores que permitían el funcionamiento de las actividades comerciales se encontraba diseminada en la ruta Arica-La Paz. En Arica, los bolivianos residentes proveían servicios de almacenaje para mercaderías destinadas a La Paz y, antes de subirlas al tren, desempacaban los productos y los volvían a empacar para reducir los volúmenes. Los empleados del ferrocarril —chilenos y bolivianos— eran los principales aliados de los comerciantes bolivianos y ellos mismos se fueron integrando al comercio, estableciendo sus almacenes en Charaña y puntos de venta en La Paz. Algunos comerciantes lograban como concesión cargar las mercaderías en la locomotora para no declararlas al llegar a la aduana de Charaña. Para los otros, el tren desaceleraba unos kilómetros antes de la frontera para que pudieran bajar sus mercaderías antes de los controles. Allí, unos "piloteros" locales, provistos con mulas, las recogían y las pasaban al lado boliviano por caminos secundarios.

Varios comerciantes instalaron sus depósitos en las casas de parientes rurales a lo largo del camino Charaña-La Paz. Trasladaban sus mercaderías hacia La Paz poco a poco, de un almacén a otro, para evitar controles y decomisos. Algunos todavía recuerdan a piloteros en bicicleta, cargando dos o tres televisores por caminos secundarios a la ciudad (Celso Rojas, comunicación personal). En La Paz, generalmente, tenía lugar el otro proceso: la redistribución a otros comerciantes y mercados. Dependiendo del producto y de la solidez de los lazos y redes del gremio, se generaban prácticas de

asignación más o menos estables. En algunos casos, el importador definía a quiénes iba a vender su mercadería incluso antes de viajar a Chile. De hecho, en algunos rubros, era imposible para comerciantes minoristas tener acceso a los productos sin haber establecido de antemano relaciones comerciales o alianzas con los importadores (cf. Tassi, 2012). Al igual que el proceso de importación, que requería de contactos y aliados estratégicos en las ciudades de frontera, en los puertos chilenos y a lo largo del camino, la distribución requería que los comerciantes minoristas locales desarrollaran articulaciones comerciales con otras ciudades, mercados y actores.



Aduana de Charaña. Fotografía de Nico Tassi.

Estas cadenas de actores, que articulaban los puertos del Norte chileno con los mercados urbanos bolivianos, se basaban en una larga tradición de redes y movilidad de sectores aymaras fronterizos. Éstos, desde décadas, se articulaban económicamente a los enclaves capitalistas de la costa chilena (cf. Llanque y Villca, 2011), a menudo como consecuencia de un proceso de desatención del Estado hacia áreas fronterizas y alejadas. Tales dinámicas impulsaban la consolidación de una serie de estructuras, prácticas y canales de provisión

y redistribución que articulaban la realidad local con las formas de la economía de mercado.

En este caso, en vez de un entramado de relaciones socioeconómicas locales, verdaderas cadenas de aprovisionamiento y distribución parecen operar por medio de redes territoriales que se insertan en aquellos intersticios del mercado y aquellas rutas y regiones que el mismo Estado nacional no logra controlar. En la ruta del Norte amazónico, por ejemplo, la falta de servicios y la ausencia de controles y protección desincentivan a la gran empresa a distribuir sus productos a estas regiones, muy a menudo, dejando en las manos de los comerciantes populares la tarea de abastecer la frontera con Brasil de abarrotes, productos electrónicos y ropa. Estos comerciantes, una vez que la mercadería china destinada al Norte amazónico ha alcanzado los puertos chilenos, tienen que desconsolidarla y repartirla en cargas pequeñas antes de emprender un viaje de cinco días por caminos de tierra que no disponen de servicios básicos y carecen de la mínima presencia de las autoridades del Estado. En estas condiciones extremas, que hacen inviable la acción de grandes empresas formales, los comerciantes populares han logrado consolidar y expandir su control y radio de acción, articulándose con gremios de transportistas y también colonos que han empezado a ofrecer servicios informales y no autorizados a lo largo de la ruta.

Esta tipología de redes basadas en una serie de contactos y puestos intermedios fundamentan su efectividad en la capacidad de abaratar costos por actuar sobre recursos que ya existen en el territorio y por operar por medio de actores multifuncionales que consolidan un tipo de institucionalidad en lo local, mientras que se articulan simultáneamente con la movilidad del comercio. Estas modalidades de funcionamiento de las redes brindan una ventaja comparativa al comercio popular en relación con la gran empresa formal, que no lograría solventar los costos de acceso a estas rutas comerciales, como también de conocimiento de los múltiples mercados locales que los comerciantes populares han desarrollado de forma casera.

El caso de Iquique es un ejemplo importante de cómo el comercio popular ha consolidado servicios e institucionalidades propias en puntos estratégicos de sus cadenas de aprovisionamiento

y distribución. Actores vinculados al comercio popular han establecido en el centro de la ciudad, en una zona que había quedado semiabandonada entre la decadencia de la época del salitre y el resurgimiento comercial de la ciudad debido a su zona franca, una especie de "isla habitacional" o diáspora comercial. En la conocida calle Esmeralda de Iquique, los olores, acentos y estéticas recuerdan inexorablemente al Occidente boliviano. Las agencias de viaje alteñas, los restaurantes orureños, los alojamientos cochabambinos, a precios y sabores bolivianos, han empezado a atraer también a los comerciantes peruanos y paraguayos y a los revendedores chilenos, transformando el área en un mercado a cielo abierto donde actividades sociales y económicas se entremezclan profusamente. Hasta los taxistas chilenos han tenido que adaptarse: en vez de usar el taxímetro, vocean tarifas reducidas para taxis compartidos entre Esmeralda y la zona franca.

2. Alianzas transversales en el comercio popular: la banca y el transporte

A pesar de que esta estructura de "islas habitacionales", la articulación entre actores y territorios discontinuos (cf. Condarco, 1970; Murra, 2002) y/o la jerarquización de actores económicos en diferentes territorios (Platt, 2008) reflejen unas prácticas fuertemente arraigadas en la lógica económica andina, no hay que considerar estas redes como elementos estáticos anclados en estructuras sociales inmutables. De hecho, en los últimos años, estas redes no solo se han ido ampliando, sino diferentes actores e instituciones se han ido articulando a ellas paulatinamente, ampliando su esfera de acción.

El desarrollo de nuevas relaciones socioeconómicas se nota, por ejemplo, en la emergencia de prácticas financieras adaptadas al perfil de los comerciantes populares. En otros tiempos, el sector financiero formal no dirigía sus esfuerzos comerciales hacia los actores económicos populares, debido a la precariedad de sus sistemas de contabilidad o, simplemente, a su procedencia indígena. Por su parte, los actores económicos populares tenían poca confianza en el sector financiero formal, debido al riesgo de la inflación y a la escasa seguridad institucional que puede ofrecer un sector, como el financiero, dependiente de las fluctuaciones globales. Pero, ahora, los comerciantes populares son sujetos de créditos contundentes y han

desarrollado alianzas sociales y económicas —a menudo, fundadas en el compadrazgo— con los empleados de estas instituciones con las que se relacionan fundamentalmente para préstamos.

Estas “alianzas” no se entablan con la institución financiera en general, sino con empleados de carne y hueso que son fuente de confianza para los comerciantes populares. Todo ello parece estar detrás de los niveles más bajos de mora registrados por estos comerciantes. El reto de las instituciones financieras es la pelea para la compraventa de carteras de comerciantes —la mayoría de ellos informales— y para los “gestores de créditos” que las controlan. Debido a su elevada dinamicidad económica, a los escasos niveles de formalización y a la debilidad de la institucionalidad oficial, El Alto se propone como un espacio clave para la negociación de prácticas financieras ajustadas. Muchos comerciantes consolidan relaciones estrechas y de confianza con el gestor —pasando por encima de la institución—, que a menudo desbordan en verdaderas relaciones extra-institucionales. Mientras que gestores de bancos apadrinados se transforman en los “administradores” de los recursos de los comerciantes populares manejando hasta sus tarjetas de crédito y chequeras, las instituciones financieras como tales siguen siendo objeto de cierta desconfianza.

No solo el gestor se ve involucrado en una serie de redes y prácticas propias del comercio popular, sino tiene que tener “suerte” en temas financieros. Ana María Rivera (entrevista, 16 de mayo de 2012), gerente de crédito en una institución financiera alteña, nos ha comentado cómo sus clientes, cuando sacan préstamos del banco, no se hacen entregar el efectivo en ventanilla, sino directamente de sus manos, dado que ella, siendo dotada de suerte, “auspicia” que la inversión sea exitosa. Ana María comenta que, debido a la relación de confianza y su fama de persona con “suerte”, los clientes se presentan en su oficina exponiéndole sus ideas y proyectos sobre una inversión futura y le piden “¡miramelo!”. Así, al gestor se le atribuye una capacidad de “mirar” lo que puede pasar con un negocio en el futuro.

Para trabajar con estos comerciantes, los bancos han tenido que reformular sus procedimientos y requisitos de concesión de

préstamos con el fin de adaptarlos a las necesidades específicas de un desbordante comercio popular e informal[66]. Desde la perspectiva de los comerciantes populares, la banca constituye otro terreno de apropiación y resignificación de la institucionalidad oficial, reconvirtiendo las relaciones formales de ventanilla, medidamente limitadas, entre empleados y clientes en una relación personal de "caseros"[67] con intercambio de favores extra-institucionales. En este sentido, la adaptación de la banca juega un papel no simplemente material en la expansión del comercio popular, sino también simbólico.

En el relacionamiento entre los comerciantes populares y los institutos financieros, muy a menudo, se han evidenciado prácticas poco transparentes y hasta explotadoras operadas por éstos últimos (Rivera, 1996). Los fondos financieros privados surgen en Bolivia como instituciones destinadas a ofrecer préstamos a las cooperativas campesinas; sin embargo, su articulación con el comercio popular les permitió consolidarse y crecer de forma repentina. Creemos que la actualidad del caso boliviano presenta elementos de excepcionalidad. En cualquier país, los bancos se conforman con aceptar los depósitos de trabajadores informales y operadores ilícitos, rechazando puntualmente los préstamos a estos actores económicos o proporcionándolos con tasas de interés elevadas (Neuwirth, 2011: 141-3). Lo que estamos viendo en Bolivia es que esta tendencia se ha transformado, ya sea por el particular tipo de coyuntura económica del país —especialmente, la elevada disponibilidad de circulante— como también por la pujanza del comercio popular. Los comerciantes populares, en vez de enfrentarse con una estructura financiera inadaptada a su sector y sus necesidades y que, por ende, impone formas de capacitación en el desarrollo del negocio y asistencia en la gestión, se transforman en una fuerza con la capacidad de definir ciertas modalidades

66 También se ha registrado el surgimiento de una cantidad de cooperativas de ahorro y crédito "informales" —no registradas— que, aparte de constituir un referente del éxito del comercio informal, parece perfilar una nueva forma de automanejo de los servicios financieros por parte de actores económicos populares (*La Razón*, 2 de octubre de 2012).

67 Una relación de "caseros" implica una relación fidelizada de compraventa que se extiende más allá de la mera relación comercial y, a menudo, implica una serie de favores recíprocos.

financieras. No hay duda de que, a su vez, los bancos sacan su tajada y buscan su conveniencia en este tipo de modalidades financieras poco ortodoxas.



Transporte pesado del Puerto de Iquique. Fotografía de Nico Tassi.

La otra alianza clave del comercio popular es la que se establece con los transportistas, a los que encargan el recojo y la entrega de sus mercaderías. Muy a menudo, sin contrato escrito, se confían al transportista mercaderías que superan tranquilamente el valor de 50.000 dólares, lo que da una idea de las relaciones de confianza existentes. Además, los mismos transportistas operan insertos y forman parte activa de una tupida red de vínculos y pactos sociales a los que el comerciante puede recurrir en caso de irregularidades y robos. De hecho, los transportistas son un aliado clave en el proceso de importación, debido al vínculo estrecho que mantienen con las autoridades de aduana y los policías de tranca. Mantener una buena relación con el transportista puede evitar riesgos y retrasos en la entrega de la mercadería. En general, el gremio de los transportistas participa en los mismos eventos sociales que los comerciantes populares y presenta una conformación social parecida. Es el comerciante

el que más interés tiene en que el transportista le "agarre cariño", así que se produce una serie de favores no pedidos, regalos y gentilezas —por ejemplo, aparecer sorpresivamente en el cumpleaños del transportista con dos cajas de cerveza— que el comerciante cumple preventivamente antes de "ir a rogarse" para que el transportista recoja o lleve su mercadería.

Una vez más, vemos cómo estas alianzas o relaciones comerciales se fundan en el manejo de débitos socioeconómicos, formas de reciprocidad obligada, que enmallan este entramado y que repetidamente fusionan lo social con lo económico. El vínculo entre un transportista y un comerciante se lo concibe y maneja en relación con la conexión de ambos con muchos otros actores. En otras palabras, este tipo de relaciones sociocomerciales no es entendido como simples articulaciones lineales entre dos individuos, sino como parte de un conjunto de relaciones a las que continuamente se recurre tanto para ampliar el propio entramado comercial como para operar el control social y limitar las irregularidades de algunos.

Las empresas y cooperativas de transporte pesado están divididas en varios sindicatos, cada uno de los cuales generalmente se especializa en unas rutas específicas. A pesar de los conflictos que esto puede generar entre diferentes grupos de transporte al momento que el transporte se vuelve en una actividad más y más rentable, este tipo de organización parece garantizar un importante nivel de control de las rutas comerciales que tradicionalmente el Estado no había logrado establecer. Muy a menudo, gremios del transporte pesado extienden su radio de acción a través de regiones, fronteras y territorios deshabitados del país, lo que genera tanto la provisión de nuevos servicios como la gestación de cierta institucionalidad en espacios alejados. La misma empresa estatal Administradora Boliviana de Carreteras (ABC) ha tenido que recurrir al *know how* de varios gremios de trasporte para determinar con precisión la estructura y los problemas de un sistema vial tradicionalmente descuidado (entrevista a Justo Ramírez, 4 de junio de 2012).

3. Redes translocales fuera del radar de la ley

Ya desde hace algunas décadas, el alcance del comercio popular ha empezado a transcender las fronteras nacionales, articulando las redes locales y sus estructuras de poder con una serie de nuevos actores y dinámicas y generando verdaderas redes translocales que desdibujan las fronteras nacionales, consolidan espacios sociales transfronterizos y vinculan diferentes y fragmentados espacios globales (cf. Ribeiro, 2006). Muchos de los importadores de La Paz y El Alto han entablado relaciones socioeconómicas, que, muy a menudo, resultan en préstamos y facilidades de pago, con los grandes "capitalistas" de la Zona Franca de Iquique, un espacio fuertemente cosmopolita constituido por emprendedores chinos, árabes, hindúes, paquistaníes y chilenos. Los dueños de las empresas de la Zona Franca de Iquique se han vuelto un nodo importante para las redes sociales de los comerciantes populares, también por su capacidad de leer la idiosincrasia y las características de este tipo de comercio. Además, la competencia cada vez más marcada de Arica, como punto de importación de mercaderías del Extremo Oriente, ha obligado a los "iquiqueños" a entablar relaciones favorables con los comerciantes locales.

Otro nodo fundamental de estas redes translocales son los consorcios familiares chinos y los así llamados *forwarders*, los expedidores de flete que se encargan de embarcar la mercadería desde los puertos del Sureste de China hacia las aduanas nacionales. Los consorcios familiares chinos constituyen pequeñas unidades productivas, muchas de las cuales son constituidas por emprendedores de origen rural recién asentados en los grandes centros productores. Su especialización en la producción de "pequeñas mercancías" se vincula a la evolución en clave global de la doctrina económica china de los años 1970, que promovía la lógica de "una aldea, un producto" (Plietz, 2012).

De hecho, las resonancias con los comerciantes populares bolivianos parecen impresionantes. En un país como China, donde el Estado había mantenido formas de control sobre los ciudadanos basadas en las divisiones territoriales y en limitar las migraciones internas, con la apertura al mercado —primero, nacional y, después, global—, una serie de migrantes espontáneos e ilegales de origen rural se fueron

asentando en áreas marginales de las grandes ciudades. Por su ubicación en la frontera entre lo rural y lo urbano, estas áreas constituían zonas de transición no claramente definidas en la administración territorial. Estos actores no solo tendían a reproducir su propio, enraizado y territorializado espacio en estos nuevos lugares —las así llamadas aldeas urbanas—, sino que, además, establecían nichos de mercado, redes de servicio y acciones colectivas para proteger sus negocios de la intervención del Estado. En un contexto de marcada y tradicional exclusión por su origen rural, por falta de un estatus social legítimo y por ser "migrantes" —a veces, sin permiso— a las grandes ciudades, estos pequeños productores conformaron un sistema propio de organización socioeconómica fundamentado en redes económicas extensas (*guanxi,* en mandarín) (Biao, 2005).

A partir de un origen rural compartido y de formas de exclusión socioeconómicas, los productores chinos y los comerciantes populares comparten, además, la complicidad de operar en intersticios económicos informales, parcialmente visibles, que funcionan fuera del radar de la ley (Matthews y Yang, 2012). Los primeros eluden el control de marcas y de calidad, estándares de producción y propiedad intelectual y los segundos esquivan oficiales de aduana y distribuyen los productos a una serie de mercados locales en los que mantienen niveles importantes de control. Estas dinámicas, que permiten el acceso a nuestros mercados y consumidores de mercaderías globales de cuyo consumo fueron tradicionalmente excluidos, quedan imbuidas de riesgos para comerciantes y productores.

Para un comerciante popular, la transferencia de ingentes cantidades de dinero a un consorcio familiar chino antes de recibir su mercadería, en un contexto de incierta reglamentación, ausencia de contratos, desconocimiento del idioma y desconfianza en las autoridades locales, genera la necesidad de crear alianzas sólidas y estables con los actores económicos de ultramar. Los *forwarders* pueden jugar un papel importante en estas transacciones y, en algunos casos, se encargan de efectuar los pagos a los varios productores de parte del comerciante boliviano —que así se limita a hacer una sola transferencia—, así como de revisar que los códigos de los productos en las cajas coincidan con los de las facturas para evitar problemas en la aduana de destino. Además, tener un vínculo con un buen *forwarder*

permite al comerciante reducir los tiempos de espera para la mercadería —el *forwarder* tiene la posibilidad de escoger entre diferentes formas de envío y optar por el carguero cuyo nivel de carga esté próximo a completarse— e, incluso, reducir los costos por medio de la subvaluación de las facturas de adquisición.

Esta necesidad de "crear lealtades" lleva a que los comerciantes generen una serie de estrategias muy parecidas a las descritas para los transportistas: primero, una serie de favores preventivos e inesperados y segundo, establecer ciertos niveles de fidelidad —lo que significa compras y servicios recurrentes del mismo productor o *forwarder*, a pesar de que, para algunas mercaderías y servicios, el costo sea mayor—, como si se tratara de una relación de "caseros". Además, actores como los *forwarders* o los miembros de los consorcios familiares se encuentran incorporados —igual que los comerciantes o los transportistas bolivianos— en redes socioeconómicas más o menos localizadas, con elevados niveles de control social. Un importador paceño, estafado por un *forwarder* caído en una deuda con la mafia china, se presentó repetidamente en la entrada de la residencia y de la empresa del *forwarder* con un letrero en mandarín que denunciaba la estafa. La deshonra entre los miembros de las redes socioeconómicas del *forwarder* fue tal que tuvo que recurrir a un dueño de consorcio para un préstamo que indemnizara, aunque paulatinamente, al importador paceño.

4. Conclusiones

Las redes tradicionales de parentesco y las estrategias locales de constituir lealtades y reciprocidad se vuelven herramientas para desarrollar lazos comerciales de más largo alcance. De esta forma, se van tejiendo alianzas, redes y actores translocales —como los importadores aymaras, los consorcios familiares chinos, los capitalistas árabes e hindúes de la Zona Franca de Iquique y los *sacoleiros* brasileros— que parecen compartir la característica de sortear las normativas y el poder regulador que define las transacciones económicas convencionales y/o sacar provecho de los intersticios. Esto genera, en los puntos de encuentro de estos actores, una ruptura con ciertas fronteras, divisiones y reglas económicas. Lo que parece caracterizar a los comerciantes populares es su capacidad de controlar espacios

comerciales locales, mientras simultáneamente se articulan a realidades económicas externas en pleno desarrollo, a su vez, intersticiales o fundadas en institucionalidades y lógicas socioeconómicas propias. Esto nos da una idea de la versatilidad de las estructuras y redes de los comerciantes populares que si, por un lado, han desarrollado una capacidad marcada de apropiarse de elementos externos, por el otro lado, parecen capaces de resignificar sus propias formas tradicionales para hacer frente a las transformaciones repentinas y continuas que generan los procesos globales.

La intersticialidad de las instituciones en las que se rige este tipo de comercio, por un lado, ha permitido desarrollar una serie de lógicas económicas distintas de lo que llevaría a sugerir la intuición y, por el otro lado, ha generado una serie de flujos y estrategias comerciales en las que se combinan de forma insólita fuertes elementos globales con formas y estrategias locales. Abordaremos esta original combinación en los siguientes capítulos.

CAPÍTULO VI
La gestión económica: lógicas y conceptos económicos en el comercio popular

Creemos que la combinación de una institucionalidad localmente estructurada, bastante sólida y compleja, con una capacidad de movilizarse extensivamente a través de un sistema capilar de redes sociales que garantiza tanto una importante flexibilidad en términos económicos como cierta agilidad en articularse a realidades socioeconómicas externas, está en la base de una serie de prácticas propias de gestión económica de este comercio popular. Con base en el trabajo etnográfico en profundidad con algunas familias de comerciantes, en este capítulo, intentaremos desentrañar una serie de lógicas y prácticas microeconómicas en las que se fundamenta el tipo de comercio que hemos ido describiendo. La idea es intentar entender cómo la institucionalidad local y las redes territoriales se entrelazan en la práctica comercial produciendo y haciendo operar prácticas microeconómicas específicas. El hecho de adentrarnos etnográficamente en las prácticas económicas del comercio popular nos permite desmitificar algunos de los imaginarios sobre estos actores y algunas interpretaciones económicas dadas por sentadas, evidenciando visiones del mercado y de lo económico distintas a lo que llevaría a sugerir la intuición.

1. "Capital plantado y capital rotatorio": algunos conceptos del capitalismo popular

Rigoberto Ali tiene dos tiendas y gestiona el negocio junto con su hermano y su cuñada, a pesar de manejar capitales separados. Para Rigoberto, hay dos capitales en el negocio: un "capital plantado" y un "capital rotatorio", el uno estrechamente vinculado al otro. El capital plantado es la tienda con sus productos, es como "un pulpito

agarrado de sus tentáculos a un lugar" y que poco a poco le "gotea" al otro capital, el capital rotatorio. El capital rotatorio es el que se usa para reponer mercadería, para comprar más productos, para comer, para otros gastos e inversiones tanto del negocio como de la familia (conversación con Rigoberto Ali, 15 de noviembre de 2012). La lógica de Rigoberto es la de reconvertir continua y repetidamente las ganancias de las ventas —el capital rotatorio— en un capital plantado, después de haber sacado lo necesario para gastos personales, transporte y eventos sociales. De hecho, en solo una de sus pequeñas tiendas, Rigoberto tiene expuestos más de mil pares de zapatos por un valor de casi 20.000 dólares.

Los análisis de las economías indígenas andinas han evidenciando dos tendencias claves y opuestas. Muy a menudo, se ha hablado de "circulación" (Harris, 1982; 2000) de bienes y dinero como una fuerza articuladora capaz de fortalecer relaciones entre actores y territorios dispersos y, además, de engendrar procesos de "crecimiento" y reproducción cosmológica. Simultáneamente, sin embargo, los objetos —y también las mercaderías—, los animales y las personas parecen demostrar formas de apego muy marcadas el uno con el otro (cf. Crain, 1991; Allen, 1988). El ganado, considerado como al banquero de la familia que administra el hogar y garantiza su crecimiento, es, por ejemplo, objeto sea de matrimonios simulados con los niños sea de rituales vinculados a la fertilidad del territorio y de la familia. Durante el carnaval es muy común para los comerciantes urbanos sentarse a tomar y comer con las mercaderías de su propia tienda como un acto propiciatorio y regenerativo que se basa en la idea de "crecer conjuntamente" (Tassi, 2013 en prensa).

O sea que hay una tensión continua entre la circulación del dinero y de los bienes y la necesidad de anclarlos a un espacio, un lugar, acumularlos para generar riqueza, vincularlos a una familia o a individuos. Cuando el comerciante "paga" a los santos y a las fuerzas cosmológicas con ofrendas para que su negocio crezca y se reproduzca, generalmente, hay cuatro "mesas" diferentes: una para la Pachamama de la tienda, el terreno en donde está ubicado el negocio; una para el Pachatata, para que acompañe la ofrenda por el camino; una para el Tío, para que "pare el dinero", y una para atraer clientes, para que circulen "como moscas".

El concepto de riqueza y las dinámicas económicas parecen caracterizarse por el equilibrio de dos condiciones opuestas: una de "circulación" (lo "rotatorio") y la otra de "apego" (lo "plantado"), entre el movimiento y la interrupción del movimiento. Tanto el exceso de circulación como el exceso de apego a las cosas o personas pueden ser peligrosos. Si te vuelves demasiado apegado a tus mercaderías, a tu dinero o propiedades, los daños económicos, como la muerte repentina del ganado, robos de mercadería o dinero, pueden causarte una enfermedad que llaman *phustiga* (cf. Velasco, 2009). Otra enfermedad bastante común en los Andes es el "amartelo", generado por la añoranza de un ser querido o un lugar y que engendra enfermedades físicas y síquicas. Si lazos y formas de identificación de los niños con los padres son incentivados, un vínculo demasiado fuerte es percibido como peligroso y se intenta reducirlo haciendo comer a las dos personas en el mismo plato para después romperlo.

Como hemos visto en los ejemplos precedentes, la circulación tiene que ser reducida o "parada" para generar formas de acumulación. El exceso de circulación o la incapacidad de pararla también pueden ser identificados con una enfermedad que se manifiesta en la incapacidad de retener y "parar" el dinero. Se llama *limpu* o "soplo" a esta enfermedad, por su tendencia de arrastrar el dinero y las propiedades del dueño, debido a su incapacidad de retenerlos. Muy a menudo, el correcto funcionamiento de las actividades económicas se encuentra en el equilibrio entre apego y circulación. "Parar" el dinero y anclarlo a unos espacios específicos es una operación legítima y necesaria para generar formas de acumulación de capital. Sin embargo, mercadería o plata que se mantiene estática durante mucho tiempo puede "dormirse" y volverse hasta perjudicial para el comerciante.

Otra vez, nos enfrentamos con una tensión y contradicción parecida a la que habíamos analizado en los capítulos anteriores: por un lado, la lógica gremial por medio de la cual se establecían formas sólidas de control de los espacios comerciales locales; por el otro lado, un sistema de redes extensas y flexibles por medio de las cuales se tiende a expandir las estructuras hacia otros territorios. En las prácticas de gestión económica del comercio popular, se entrelazan y articulan el "capital plantado" y el "capital rotatorio", el "apego" y la "circulación".

Otro elemento importante en la gestión económica popular es la articulación de estrategias colectivas e individuales. Como hemos visto y veremos, se producen prácticas asociativas para comprar y vender en conjunto reduciendo costos, pero muy raramente se generan empresas de propiedad socializada. Por el contrario, se conforman más bien entidades económicas con un fuerte sentido de la autonomía y que evitan articularse de forma subordinada a otras empresas más establecidas. Esto contrasta tanto con el ideal de cierta cooperación internacional de promover un tipo de "negocio inclusivo", donde los actores económicos locales sean las "contrapartes" en las inversiones del sector privado de los países desarrollados, como también con la tendencia de la clase media local a articularse al gran capital extranjero de forma subsidiaria.

Dentro de una misma familia, hay una variedad de diferentes capitales que se manejan individualmente y a menudo con estrategias distintas. En el caso de Rigoberto Ali, él compra en Oruro de importadores sabayeños, caseros de confianza que le invitan a su propia casa para escoger la mercadería. Su hermano Maikol compra a fardo cerrado —y a menor precio— de los acopiadores del Kenqo, en El Alto. Estas dinámicas transforman el negocio en un fondo diversificado de recursos más que en una "empresa familiar".

Estas lógicas de circulación y apego así como las estrategias individuales y colectivas son fundamentales al momento de discutir las prácticas de manejo del negocio: decisiones de inversión, manejo financiero y compraventa de productos. Como se demuestra en este capítulo, estas formas de manejo tienen sus particularidades que las diferencian de prácticas que tienden a ser consideradas como normativas.

2. La lógica de inversión

Por razones de simplicidad, para encuadrar los patrones de inversión del comercio popular, nos referiremos a cuatro categorías clásicas de la teoría económica: el capital físico, el capital circulante, el capital humano y el capital social. Como hemos observado en la precedente sección, en el caso de nuestra investigación, estas categorías no solo parecerán inadecuadas en algunos casos, sino también

no exclusivas. Sin embargo, justamente nos interesa analizar aquí esta discrepancia entre categorías económicas formales y prácticas del comercio popular.

Una de las características comunes entre la mayoría de los comerciantes con los que hemos trabajado es el limitado capital de arranque con el que han empezado sus actividades comerciales. Hay el caso de un comerciante de aparatos electrónicos que ha empezado con la reventa de 50 quintales de harina —su hermana tenía una panadería— en los días de Todos Santos, cuando el precio casi se duplicaba en esas épocas. Uno de los comerciantes de abarrotes de Asodimin nos ha contado haber empezado desde cero, comprándose mercaderías a crédito de treinta días porque no tenía el capital de arranque para comprárselas. Las mercaderías no llegaban ni a llenar su tienda, así que él recurría a comprar productos de bajo precio y mucho volumen para transmitir al cliente la impresión de abundancia y de una tienda bien abastecida. Una tienda bien surtida no es síntoma de mercadería no vendida, sino, por el contrario, es una expresión de éxito económico y, al mismo tiempo, una forma de atracción comercial. La falta de recursos financieros es obviada, muy a menudo, por una serie de otros recursos, como la trayectoria familiar en el comercio y su articulación con el gremio, un conocimiento sólido de las dinámicas del mercado en términos de rubros, precios, estaciones, un discernimiento claro del territorio, sus posibilidades y diferencias económicas y, en varios casos, un conocimiento técnico especializado.

En el caso del capital físico, la inversión es generalmente mínima. En La Paz y El Alto, el tamaño de las tiendas es diminuto. Hasta los grandes importadores de la calle Huyustus pueden encajar oficina y sala de exposición de los productos en un espacio de 16 metros cuadrados. Generalmente, las tiendas no tienen agua y servicios. Ramiro Yupanqui había invertido poco más de Bs. 300 para los colgadores, repisas y vitrina donde exponía sus productos. Algunas tiendas se habían hecho instalar letreros por las grandes empresas como Sony, Samsung y LG, que asumían los costos y que, en el caso de las galerías, pagaban una cuota anual de varios miles de dólares. Es interesante que el precio de alquiler y luz —de tiendas y almacenes— no se toma en cuenta al momento de definir el precio de los productos.

Vale la pena observar que, en un momento de bonanza económica, de mayor y mejor articulación con los mercados regionales y crecimiento del comercio popular, se han ido reduciendo aún más los costos fijos de estas empresas populares para mantener una articulación simultánea a una multiplicidad de nodos comerciales En el pasado, los grandes importadores compraban tiendas en Puerto Suárez y Desaguadero para expandir su radio de venta y acción. En la actualidad, parece que muchos importadores y también los comerciantes emergentes prefieren no tener tiendas fijas en un lugar de frontera por la volatilidad de las condiciones económicas, por la tendencia de ciertos mercados a saturarse rápidamente y por la emergencia de nuevos mercados (también de elevada volatilidad) en otras regiones del país. Esto motiva a que los comerciantes populares minimicen la estructura de costos fijos de sus actividades, apostando por una mayor movilidad —o también un manejo simultáneo de múltiples rubros—, lo que se traduce en una mayor inversión en redes sociales translocales e información.

El lugar de negocio es universalmente multifuncional. En el caso de Asodimin —el mercado que ha sido construido desde cero con un capital ingente—, hay estructuras que, al mismo tiempo, cumplen la función de vivienda, tienda, depósito de mercaderías y local de fiesta, lo que nos da una idea de la falta de diferenciación clara —o de fuerte integración— entre espacios sociales y económicos. En el caso de los almacenes —que pueden llegar a constituir costos importantes para un comerciante popular—, muy a menudo, se destina un piso o dos de la vivienda para este fin ahorrándose así el costo de la obra fina; otra posibilidad es el uso de varios cuartos —también cocinas y salas— en las casas de diferentes parientes a cambio de posibilidades de inserción laboral. El asentamiento de los mayores mercados populares en zonas urbanas marginales, que además se han ido revalorizando en los últimos años, ha permitido generalmente minimizar el desembolso inicial y el costo del capital físico.

Hay claramente una apuesta por el capital circulante, fundamentalmente para la adquisición de mercaderías. En el caso del comercio al detalle —quizás con exclusión de los rubros con mayor volatilidad en términos de precio, como el material de computación—, es bastante común que se conforme una especie de tiendas-almacenes por

la tendencia de invertir continua y repetidamente en mercaderías para ampliar el surtido. Hasta entre los grandes importadores, encontramos una tendencia a reinvertir rápidamente en mercaderías, una vez que las entradas de las ventas alcancen el nivel suficiente para poder hacer un pedido. Como veremos, la elevada cantidad de mercadería en los almacenes es un indicador de que el negocio es exitoso. A esto se suma una tradición bastante larga de fenómenos inflacionarios, que hace que los comerciantes sean particularmente cuidadosos en la continua reconversión de las ganancias en efectivo en mercaderías. Vale la pena recordar que, como hemos observado al principio de este capítulo, para el comerciante popular, el capital circulante se convierte en "capital plantado" al momento que las mercaderías empiezan a "apegarse" a un lugar específico, como la tienda o el almacén. Como veremos, hay una serie de estrategias para reducir los costos de adquisición de mercaderías y de transporte donde, muy a menudo, intervienen formas gremiales de cooperación.

El capital humano es otro ámbito donde la inversión financiera es relativamente limitada y, muy a menudo, se concentra en la familia. La familia cumple, por ejemplo, el trabajo de investigar y sondear el mercado, para equiparar precios, para identificar las características de los productos con mayor "salida", las novedades con buenos márgenes de ganancia y hasta los nichos de mercado en donde poder insertarse. Estos estudios de mercado familiares no son conducidos con metodologías mercadotécnicas formales —mucho menos contratando a expertos—, sino se basan en conocimientos y prácticas empíricas y experienciales, en las relaciones cercanas con el gremio y también con una serie de compradores y vendedores. A través de estas relaciones, se genera una especie de saber compartido y complejo, aunque semioculto, sobre mercados, rubros y precios al que las familias de comerciantes acceden y manejan con una agilidad sorpresiva.

El dueño no invierte en cursos de formación para sus empleados, ya sea porque se considera que el conocimiento necesario para este tipo de comercio es empírico o por limitar el acceso de los empleados a informaciones estratégicas, lo que los incentivaría a independizarse y abrir su propia tienda. Esto genera una combinación de lógica de aprendiz para los empleados con unas estrategias de fidelidad para

que no se vuelvan competencia. Ya desde hace algunos años, grandes empresas, como Samsung y Sony, han empezado a proporcionar cursos de formación en temas de marketing para los empleados de establecimientos comerciales de las calles Eloy Salmón y Huyustus. En muchos casos, los empleados vuelven decepcionados por la falta de conocimiento del mercado local por parte de los instructores —generalmente, son cursos sobre temas de marketing, contabilidad y presentación de los productos que no encajan con las prácticas y lógicas comerciales locales— y, sin embargo, contentos por las buenas chamarras y chalecos que les han regalado.

Estos elementos llevan a que los hijos y sus conocimientos técnicos se puedan convertir en un valor agregado importante para el negocio, sea en términos de especialización como en términos de diversificación. Una de las más grandes familias de comerciantes de La Paz, originariamente importadores de aparatos electrónicos y material de computación, se ha convertido, gracias a los hijos, en la primera empresa ensambladora de redes de computadoras y torres en la ciudad. No se trata necesariamente de conocimientos formales; en el caso de un importador de aparatos electrónicos desde China, por ejemplo, los conocimientos empíricos y la pasión por las motos de su ahijado lo han convencido de lanzarse a la importación de motos chinas y probablemente, en un futuro, al ensamblaje de partes, lo que permitiría un ahorro sustancial tanto en términos de transporte como en impuestos. Hay un proceso de trasmisión de los conocimientos empíricos de la gestión económica de padres a hijos que se manifiesta fundamentalmente en compartir ciertos momentos clave de la experiencia comercial, como el "ir a conocer" nuevos mercados —los viajes nacionales, pero también a Iquique y a China— o las prácticas de relacionarse social y económicamente con los socios comerciales.

En la gestión económica del comercio popular, el capital social es un elemento clave. El capital social entra en todas las precedentes formas de capital, se constituye en un elemento que permite reducir costos y en una estructura que agiliza el funcionamiento de este tipo de comercio. Hemos visto, por ejemplo, el rol clave de las redes familiares en la provisión de espacios para los almacenes comerciales. También, las estructuras gremiales han sido cruciales, en primer lugar, para establecer formas de control de los espacios comerciales y,

en segundo, para juntar recursos, dinero y volúmenes para grandes pedidos de importación. Hay una multiplicidad de institucionalidades que se concatenan (el gremio, la familia, la fraternidad, la junta de vecinos), generando un capital social sólido, pero también extenso y flexible: hay redes de compadrazgo y de parentesco que juegan un papel clave en la inserción laboral; redes de "caseros" (proveedores, clientes y revendedores) que garantizan la estabilidad del negocio, articulando verdaderas cadenas de provisión y limitando los riesgos de un tipo de comercio a menudo informal; hay formas de articulación con funcionarios de aduanas, instituciones estatales, expedidores y puertos, que son de ayuda con los trámites administrativos del proceso de importación.

Estas diferentes institucionalidades y redes si, por un lado, garantizan ciertos niveles de confianza entre diferentes actores —camioneros, comerciantes, proveedores—, en un contexto donde las instituciones tradicionales no han logrado proveer un marco económico regulador, por el otro lado, generan un entramado de relaciones que funciona como una forma extensa de control y prevención de actividades y prácticas antisociales en el ámbito de la economía informal y de una serie de prácticas ilícitas. El capital social, en el contexto del comercio popular, cumple una función bastante más extensa y compleja de la de simple "lubricante" del sistema económico; con sus redes y estructuras, parece definir el "cómo" y el "hacia dónde" este tipo de economía se expande.

3. Formas populares de gestión financiera del negocio

Como parte del imaginario de las elites y clases medias sobre estos comerciantes populares, se dice que "mueven mucha plata". Mientras hay algo de verdad en esta aserción —aunque no es generalizada—, no hay un conocimiento de cómo se accede o cómo se manejan los recursos financieros. Es como si el imaginario sirviera de velo que opaca la comprensión sobre el tema y lleva a conclusiones prematuras. Paralelamente, estos imaginarios pretenden reproducir un orden socioeconómico que estos comerciantes están empezando a cuestionar.

3.1. La banca y el comercio popular

En los últimos años, la gestión financiera del comercio popular se ha ido apoyando más y más en los bancos y en las instituciones financieras privadas[68]. Aunque los préstamos familiares —o formas gremiales de *pasanako*— sigan jugando un papel importante en las prácticas financieras de los comerciantes, también hay una serie de nuevos actores que se han ido sumando. Entre ellos, los importadores de la Zona Franca de Iquique y los productores chinos, que proporcionan formas de préstamos y facilidades de pago, y la banca, a la que generalmente se recurre para diversificar las fuentes de efectivo en las grandes inversiones.

En El Alto, el comercio popular se ha ido articulando con las empresas financieras —de capital local y también foráneo— con una magnitud que no se ve en La Paz. Hoy en día, son los bancos los que "van a rogar" a los comerciantes, revirtiendo una práctica común en el pasado. Hasta hace una década atrás, las pocas empresas financieras de El Alto se dirigían principalmente a los comerciantes de ropa y verduras. Algunos de estos institutos financieros tenían un límite de préstamo de 100.000 dólares y esto empezó a causar problemas por el tipo de demanda de los usuarios y también por su número que empezaba a crecer vertiginosamente. Actualmente, la tipología de los prestatarios se ha diversificado profundamente, incluyendo transportistas —en su gran mayoría, de carga pesada—, empresas constructoras, comerciantes de artefactos, pero también pequeños emprendedores vinculados a los mercados rurales. El límite de los préstamos individuales sigue subiendo vertiginosamente y, por los "préstamos colectivos" —que todavía siguen siendo comunes en la ciudad—, se puede llegar a varios millones de dólares.

Sin embargo, el elemento más interesante de la relación entre banca y comercio popular es cómo se usan los servicios que el banco proporciona. Mientras recurrir al banco y a las empresas financieras para préstamos en función de una inversión inminente es una práctica

68 Como lo indica el artículo de *Página Siete* (15 de enero de 2013) y citando a la ASFI, en el 2012, la cartera de créditos al comercio era de $us 2.400 millones, reflejando un incremento de $us 531 millones respecto al 2011.

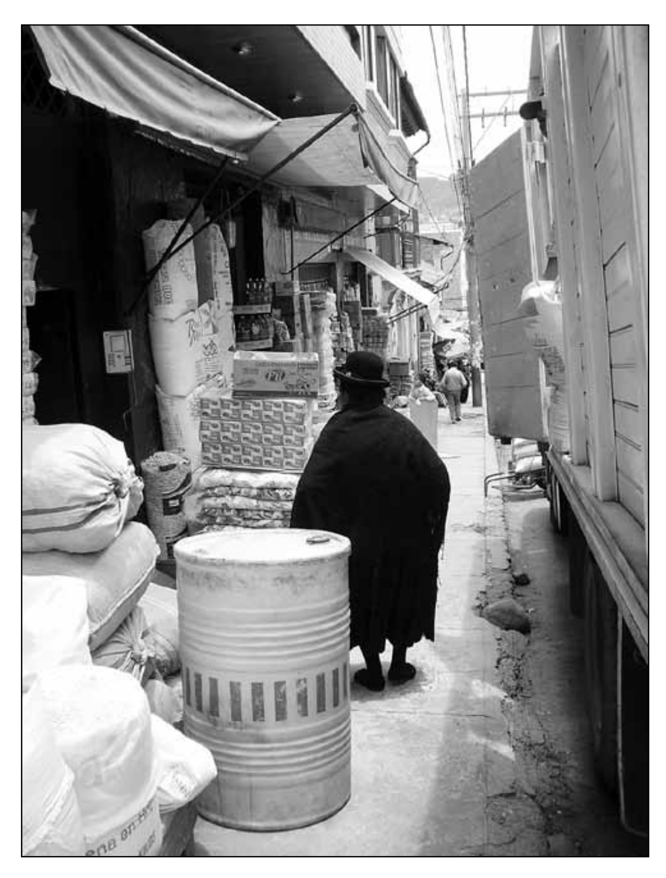
relativamente común, el recurrir al banco para depositar ahorros es bastante menos frecuente. Vale la pena señalar aquí la aparente contradicción entre nuestros hallazgos etnográficos y los datos de la ASFI sobre el vertiginoso crecimiento de los depósitos bancarios analizados en el Capítulo II. Ana María Rivera nos comenta que muchos de sus clientes no tienen confianza en depositar sus ahorros en los bancos, a pesar de tener una fe ciega en ella, a tal punto que le entregan sus tarjetas de créditos y pin para que ella saque dinero cuando sea necesario. Algunos de los importadores acumulan parte de su flujo de caja en una cuenta corriente hasta el momento que sea suficiente para hacer un pedido. Otros utilizan la cuenta de banco de forma instrumental para que sus clientes les depositen el dinero al recibir la mercadería; sin embargo, una vez efectuada la transferencia, proceden a sacar el dinero para guardarlo en un lugar "más seguro". Para un importador popular que, como hemos observado, está acostumbrado a hacer nuevos pedidos una vez que haya acumulado el flujo de caja suficiente, el banco puede resultar incómodo sea en términos de tiempos, por su incapacidad de proveer el monto requerido en el mismo día, sea en términos de seguridad. Rigoberto Ali, quien maneja dos tiendas y un capital —plantado y rotatorio— de 40.000 dólares, no tiene cuenta de banco a pesar de haber sacado dos préstamos de instituciones financieras y muchos más de sus proveedores. En este caso, es también el tipo ilícito de negocio que desincentiva el depósito bancario y quizás obliga a una reconversión rápida y repetida del flujo de caja en mercaderías.

3.2. ¿Contabilidad o control social del negocio?

En el caso de Rigoberto, el intento de limitar su visibilidad también ha desincentivado el registro de cualquier información escrita sobre el negocio. A pesar del respetable volumen de su negocio, Rigoberto no mantiene ni el más mínimo registro de sus gastos, ventas y adquisiciones, menos del precio de sus productos; no hay absolutamente nada escrito sobre su actividad, si se excluye a los "papelitos" de sus *pasanakos*. Especialmente en las empresas comerciales de gestión familiar, algo que nos ha sorprendido ha sido el escaso —o, a veces, totalmente ausente— nivel de contabilización de las entradas y salidas. No solo eso, sino que en muchos casos

se recurría al flujo de caja para pagar relajadamente los gastos domésticos, desde los almuerzos a las compras en el mercado. Nadie se pagaba un sueldo mensual, sino se acudía directamente al flujo de caja para cualquier gasto necesario para la familia. Tampoco había un cálculo de lo que el negocio generaba por mes o por año y menos del punto de equilibrio del negocio. En el caso de los importadores de gestión familiar, tampoco existía un albarán del depósito en donde se registraran las mercaderías en entrada y en salida. Negocios con un movimiento de cientos de miles de dólares, a pesar de ubicar con precisión los márgenes de ganancia de cada producto y de memorizar los precios, no mantenían un registro contable de sus ingresos y salidas. Muchos hacían referencia a sus tiendas o almacenes bien abastecidos para señalar el hecho de que "bien nomás nos está yendo".

¿Cómo poder reconciliar esta falta de prácticas contables, de estimaciones del punto de equilibrio del negocio con la ingrata fama del comerciante aymara frío y calculador? De hecho, lo que parece translucirse de estas primeras consideraciones es una actitud que, en vez de cuantificar con precisión el volumen comercial en términos monetarios, se preocupa más por la transformación del flujo de caja en productos y la acumulación de mercaderías. O sea que, en vez de un imaginario de la utilidad, estamos observando un imaginario de la abundancia. Además, lo que hemos ido observando es que las prácticas de contabilidad de la economía convencional iban siendo reemplazadas por formas de control social de las empresas familiares que mantenían a raya posibles hurtos y estafas, y también a las autoridades estatales. Así, encontramos ahijados o hermanos que viven arriba de los depósitos sin pagar alquiler, se hacen cargo de su seguridad y mantienen un registro mental de lo que hay y de lo que falta. En las mismas tiendas, se observa tanto un registro visual preciso y detallado de cada producto —en algunos casos, el número de productos llega a los varios centenares— como unas formas concatenadas de control social que van desde los otros miembros del gremio —por la proximidad física de los negocios— al control familiar de comportamientos sospechosos.



Mayorista de abarrotes. Fotografía de Nico Tassi.

En la década pasada, el comercio familiar de abarrotes de Nelson Rodríguez se había expandido hasta el punto que se encontró obligado a contratar dos empleados que le ayudaran, más que en la venta, en la carga y descarga de productos. Unos meses más tarde, un comerciante y cliente de la tienda se había acercado a Nelson, haciéndole observar cómo los dos empleados parecían mantener un estilo de vida superior a sus posibilidades económicas. No teniendo un sistema de contabilidad de ingresos y salidas de las mercaderías, Nelson se puso a monitorear las actividades de los empleados, dándose cuenta de que, al llegar las cargas de mercadería, una buena parte de ellas era desviada hacia los almacenes vecinos de otro comerciante. Durante la investigación, hemos observado que esto era un problema y un dilema recurrente que se presentaba a muchos

comerciantes. Cuando el volumen de las actividades comerciales rebasaba la capacidad de control social de la familia, generalmente, las opciones que se presentaban al comerciante para evitar los robos y estafas en las que cayó Nelson eran la transición de la actividad a una empresa con empleados y administradores, albaranes y formas institucionalizadas de contabilidad o una reducción de los volúmenes comerciales, para que la familia se pudiera hacer cargo del control de la empresa. Fue esta segunda opción la que decidió adoptar Nelson, deshaciéndose de los empleados y reconvirtiendo la empresa en un negocio familiar.

3.3. El "contrato a voz": la relación laboral con administradores y empleados

Si el volumen comercial es ingente y no hay hijos o los hijos se dedican a otra actividad laboral y/o cuando la familia dueña de la empresa tiene que desplazarse continuamente a otras ciudades y mercados, empieza la transición de la gestión familiar a formas institucionalizadas de contabilidad. En algunos casos, los hijos cumplen la función de administradores y se encargan del manejo del flujo de caja, para evitar que los empleados manejen el efectivo derivado de las ventas. En otros casos, el administrador es una persona de confianza de la familia o una persona respetada vinculada al gremio. Tanto el administrador como los empleados tienen un "contrato a voz" (como ellos lo denominan), que, como veremos, a pesar de no ser escrito, implica una serie de derechos y deberes consuetudinarios. Cuando no hay control familiar directo en la empresa, los dueños definen los precios mínimos de cada producto a la venta —al por mayor y al por menor—, dando por sentado que el administrador y los empleados buscarán revenderlos a un precio mayor para sacarse "alguito aparte" de su salario. Los empleados se vuelven responsables de los depósitos de mercaderías y del transporte de mercaderías de la aduana al depósito. Por cada carga en entrada y salida, tienen que firmar conjuntamente con el transportista o el administrador un documento de registro. La pérdida o un conteo equivocado de las mercaderías puede resultar en el pago del valor del producto por parte del empleado. Esto implica que, muy a menudo, el trabajo del empleado no se limita simplemente a la venta en la tienda, sino que incluye supervisar las operaciones de descarga de las mercaderías,

controlar la carga en la aduana y, en muchos casos, "ir a ofrecer" los productos a las tiendas de otros comerciantes.

Los sueldos mensuales de los empleados están alrededor de los doscientos dólares, aunque para jóvenes sin experiencia puede ser un poco menor. El administrador llega generalmente a un sueldo de 2.000 bolivianos que, en estos ámbitos y entre estos sectores sociales, es considerado un sueldo relativamente elevado; hay que tomar en consideración que alrededor del comercio popular y de sus actores gravitan toda una serie de servicios populares, desde el dentista hasta la peluquera, a precios significativamente más baratos de los que se cobra apenas trecientos metros más abajo. A pesar del rol que las redes sociales cumplen en la contratación de personal, es relativamente difundida la figura del empleado huérfano o del cargador que se ha convertido en empleado. Generalmente, con estos tipos de actores que no tienen vínculos familiares fuertes, es más fácil constituir relaciones de "lealtad", como también pedir a cambio de la inserción laboral una mayor flexibilidad en términos de horarios y de tipo de trabajo: venta de mercaderías, ayudar en acomodar los productos en los depósitos, recoger los hijos del dueño a la salida de la escuela.

Es interesante observar cómo el "contrato a voz" con los empleados también genera una serie de tipos de derechos. El primer tipo son los derechos "por constitución". A pesar de la informalidad de este tipo de acuerdo laboral, hay una especie de "contrato social informal" entre estos sectores que identifica al dueño de empresa como responsable de pagar a los empleados sus "aguinaldos" y "seguros de salud", o sea, un sueldo extra para fin de año y cubrir ciertos gastos de salud del empleado, generalmente infortunios en el trabajo y, en algunos casos, partos. Los empleados usualmente afirman que la "constitución" reconoce ciertas obligaciones del dueño hacia sus empleados. Es interesante observar cómo se genera cierto reconocimiento y cierta aceptación de prácticas del mundo formal y oficial, a pesar de la informalidad de estos actores o, de otra forma, cómo se producen ciertas apropiaciones de ideas y conceptos del mundo oficial para dar mayor legitimidad a su propio sistema.

El segundo tipo son los derechos consuetudinarios que el empleador no puede desatender. Éstos incluyen los canastones, las vacaciones —regularmente, una semana pagada más algunos días extra para fiestas patronales y cumpleaños—, almuerzos familiares y/o viajes ofrecidos por la empresa. Generalmente, es tolerado que los empleados tengan otra actividad o trabajo, lo que les permite que, en las tardes o en los fines de semana, puedan sacarse tiempo para salir del trabajo y cumplir con esas otras tareas. Una práctica importante y común es la así llamada remuneración "aparte", que puede aumentar sustancialmente el sueldo de los empleados. Cuando los depósitos empiezan a acumular mucha mercadería, los empleados salen a ofrecer los productos al por mayor —a precios menores que en la tienda— a otros comerciantes con los que tienen algún tipo de vínculo. Esto generalmente implica una ganancia "aparte" por el sobreprecio en la venta de las mercaderías. Esta práctica de sobreprecio remplaza la comisión para el vendedor. Hay también otras prácticas de ganarse "aparte" que incluyen los ahorros derivados de gestiones burocráticas —en la aduana o en las trancas— o viáticos.

En este tipo de formas institucionalizadas de gestión, el administrador se hace cargo de registrar una por una todas las ventas, muy a menudo sacándose algo "aparte" por sobreprecio de venta con la colaboración del empleado y con la implícita tolerancia del dueño de la empresa. A pesar de que la lógica de gestión sea parecida a la empresa familiar, esta forma de gestión está detallada y compulsivamente escrita y registrada y, muy a menudo, los papeles en donde se acuerdan precios y registran mercaderías funcionan como verdaderos documentos oficiales que gozan de reconocimiento social, a pesar de no tener validez jurídica. Tanto el flujo de caja como los pagos de clientes que compran al por mayor se los deposita en la cuenta en el banco, lo que permite mayor trazabilidad y control para el mismo dueño de la empresa. De hecho, es bastante sorpresivo observar cómo la contabilidad por medio del control social y por formas de contabilidad institucionalizada —a pesar de que la brecha entre ellas sea mínima— implique prácticas completamente distintas y, en el segundo caso, un proceso de burocratización de las prácticas comerciales notable y moroso por un tipo de comercio caracterizado por sus elevados niveles de agilidad.

No es una novedad que este tipo de relaciones laborales, sustentadas por redes de parentesco o gremiales, presenten ciertos niveles de explotación o se las describa como formas de reciprocidad entre parientes para disfrazar la aparente conveniencia económica del empleador (cf. Graeber, 2011). Como se ha mencionado en el Capítulo II, una serie de análisis socioeconómicos ha ido imputando a la "informalidad" del comercio la responsabilidad de generar condiciones laborales inestables, fragmentarias y poco dignas. Sin embargo, para entender la realidad del empleo en el país, es necesario no solo tomar en cuenta unas enraizadas formas y estrategias de diversificación laboral en las que se asienta el trabajo en el comercio popular, sino también relaciones consuetudinarias e "informales" con el dueño. Por un lado, estas relaciones garantizan al empleado espacios independientes (con la posibilidad de múltiples empleos) e iniciativas propias (con ganancias "aparte" de su sueldo) que tienden a diferenciarlo del trabajador asalariado o del proletariado típico de análisis económicos tradicionales. Por el otro lado, los empleados locales se apropian de estos mismos conceptos de trabajador asalariado y proletario para plantear nuevas demandas y consolidar su posición.

4. Gestión de compraventa en el comercio popular

Mientras que los patrones de inversión responden a lecturas particulares sobre tipos de capital enmarcados en una lógica de "circulación" y "apego", las decisiones sobre qué, cómo, cuándo y dónde comprar y vender responden a las formas de leer el mercado. Esto implica un manejo de información, conocimiento de territorio y construcción de lazos de confianza. De hecho, como hemos empezado a observar en las precedentes secciones, un tema clave del comercio popular es el fundamentarse de las actividades de gestión en formas variadas de relacionamiento social que constantemente desbordan en lo económico.

4.1. Prácticas "caseras" de estudio de mercado

En las culturas andinas, hay una tradición bastante larga de capacidades memorísticas vinculadas a productos y territorios. El campesino andino tenía que manejar simultáneamente hasta ochenta parcelas de productos, diseminadas a lo largo de un territorio

vasto y expuestas a diferentes condiciones climáticas y eventos atmosféricos. Esto implica tanto una memorización y organización sofisticada de las diferentes tareas agrícolas en diferentes momentos del año como un conocimiento detallado de las diferentes características y necesidades de cada uno de los terrenos. Este tipo de capacidades memorísticas y conocimientos parece haberse vuelto clave para manejar informaciones comerciales estratégicas sobre rubros, productos y mercados y en definir las estrategias y prácticas de compra y venta.

En su subterraneidad e invisibilidad, descartando la posibilidad de ayudas institucionales en lo económico, el comercio popular ha consolidado formas y prácticas propias de leer el mercado y conocimientos profundos y extensos de los mercados locales. Una empleada de la calle Huyustus manejaba de memoria los precios al por mayor y al por menor de casi 120 productos electrónicos. Rigoberto Ali conocía uno por uno los precios de los mil pares de zapatos —el precio de adquisición y el precio de venta— que tenía expuestos en su tienda sin tenerlos anotados. Es muy común que este tipo de conocimiento se extienda también a otros rubros y, de hecho, hay una verdadera cultura de comparar y de discutir precios y productos entre los miembros de la familia. Se puede observar este conocimiento en las prácticas de consumo de los comerciantes populares que, al momento de adquirir bienes con base en el precio demandado por la casera, identifican con relativa claridad si el producto es revendido, importado al por mayor y/o de contrabando. La familia en sí se vuelve un recipiente o, tal vez, una verdadera "base de datos" de saberes orales, empíricos y compartidos sobre los mercados.

A estas capacidades memorísticas asombrosas y a este conocimiento compartido del mercado, se suma otro elemento clave para la lectura económica, que es el conocimiento del territorio. El conocimiento del territorio quiere decir un discernimiento de las diferencias económicas entre un mercado y el otro, entre una ciudad intermedia y una ciudad de frontera y, muy a menudo, también del marco económico legal y de las discrepancias de precio y cambio monetario con los países vecinos, lo que es un dato clave para identificar oportunidades comerciales. A esto se suma un conocimiento de "lo que sale" y "dónde", muy a menudo complementado por el

"cuándo" sale, o sea, en qué época del año y hasta día del mes o de la semana. Lo interesante, además, es que esta información está sujeta a un continuo proceso de actualización debido a la volatilidad de estas discrepancias. Durante la investigación, por ejemplo, debido a la baja del Real —la moneda brasilera— en relación con el Boliviano, la actividad de los transportistas paceños que proveen Cobija con algunos abarrotes y alimentos fue bruscamente frenada durante algunas semanas, dado que el comercio se hacía menos rentable imprevistamente.

4.2. La lógica del "casero": la compraventa como reinversión en la cadena comercial

Los temas del control territorial y de las redes sociales, familiares y gremiales se han vuelto elemento clave para la gestión de las adquisiciones y ventas de los establecimientos comerciales populares. La capacidad de control territorial y el conocimiento capilar del territorio se combinan con una agilidad de reaccionar frente a la competencia y a una serie de transformaciones socioeconómicas locales, lo que genera cierta flexibilidad en términos de rubros y productos del comercio (véase el Capítulo VII). Al mismo tiempo, las operaciones de compraventa no constituyen simples actos económicos puntuales en donde se encuentran oferta y demanda, sino que hay un valor agregado en estas operaciones comerciales.

El acto de compra repetido de un mismo proveedor —aunque, en un principio, trate al cliente de forma brusca, pida pago al contado y sus precios sean mayores que los de la competencia— permite afianzar poco a poco la relación, hasta el punto que, en ciertos casos, el proveedor deja escoger los mejores productos, llama por teléfono cuando llega la carga y abastece primero en épocas como las de Navidad, cuando hay muchos clientes y la mercadería puede escasear. A esto, por supuesto, se añade la posibilidad de comprar a crédito y hasta de sacar préstamos que, a pesar de mantener tasas de interés mayores que en los bancos, permiten al cliente articularse definitivamente al proveedor, cuyo interés es ahora que el negocio "florezca", para que su crédito pueda ser pagado y, por ende, busca formas de proteger y apoyar a su cliente. Desde el lado del proveedor, la conveniencia de estas relaciones de casero es clara. Por su

parte, esto garantiza una mayor eficiencia en la distribución de sus productos como también una menor ansiedad de que sus productos no se vendan.

En los últimos años, hemos asistido a una expansión de esta misma lógica de casero hacia actores, espacios e instituciones externas a la institucionalidad local conformada por el comercio popular. Muchos importadores han aplicado esta misma lógica con sus proveedores chinos o con los *forwarders* con los que han seguido trabajando, a pesar de cobros a veces mayores de la competencia, hasta establecer una relación que a los importadores también les convenía y en donde podían pedir "favores", como pagos postergados, préstamos y hasta colaboración en los trámites y la gestión financiera en el país de ultramar. Las mismas instituciones financieras, con sus clientes más fieles, han empezado a adoptar prácticas de caseros y hasta formas de "yapa"[69], como, por ejemplo, ofrecer servicios extras —totalmente "por debajo de la mesa" y no contabilizados— de gestión financiera y hasta gestión de la economía doméstica de la familias de estos comerciantes populares.

En nuestro contexto, la relación de "caseros" y la "yapa" se imponen a una lógica de la promoción y de la oferta de los productos. En vez de la conveniencia puntual que implicaría la compra de tres productos al precio de dos, se invierte en la temporalidad y solidez de una relación comercial —que, en muchos casos, desborda hacia lo social— más fundada en diferentes prácticas de "yapa" posteriores a la compra que en ofertas convenientes y preventivas. El acto de compraventa es también un acto de reinversión en las cadenas de provisión y de distribución y en las redes. Por esta razón, no es el precio lo que últimamente decide y regula todo el acto de compraventa, sino hay otro tipo de intereses y, sobre todo, relaciones que intervienen.

---

69 Yapa es una palabra aymara que lleva la connotación de propina; sin embargo, es para el comprador en vez de para el vendedor. Es una práctica bastante común en los mercados de la región andina, donde el vendedor, una vez concluida la negociación, "aumenta" una porción extra de producto a la cantidad vendida en señal de benevolencia.

4.3. Definición de precio

Generalmente, las prácticas que acabamos de describir requieren de un tipo de relacionamiento e interacción físico, no virtual, con caseros, proveedores y vendedores. Algo bastante parecido pasa entre los comerciantes populares en las prácticas de definición de precio, donde el contacto fluido, permanente y directo con el mercado local, el gremio y los productores —en vez de una serie de cálculos complejos basados en variables económicas preestablecidas— se vuelve un elemento central. Aparte del impresionante conocimiento memorístico de precios, rubros y mercados, muy a menudo y repetidamente, se producen prácticas de sondeo de los mercados conducidas por parientes y ahijados para identificar los precios de la competencia. Este conocimiento de las variabilidades y discrepancias del mercado genera una práctica de precios ofertables, negociables y estacionales. A esto se añade una práctica de mover el producto por el territorio para optimizar el precio, por ejemplo, hacia las regiones de frontera. Las empresas formales no lograrían sufragar el costo de conocimiento de esta variedad de mercados locales, a veces complejos y de elevada volatilidad. Los sondeos familiares de los mercados y su conocimiento minucioso constituyen elementos que garantizan una ventaja comparativa al comercio informal.

Hay dos factores centrales que intervienen en la definición del precio. El primero es el cálculo de los costos. En el caso de los importadores que traen de China, los costos que se toman en cuenta para la definición del precio son: el costo de adquisición, los costos logísticos y de transporte de China a El Alto y los impuestos (y/o las propinas a los vistas de aduana). Si, por un lado, estos importadores tienen un conocimiento detallado y extremadamente preciso de los volúmenes de diferentes cajas de productos chinos para identificar su costo de transporte en relación con el total del volumen del contenedor, por el otro lado, es sorpresivo observar cómo no se toman en cuenta en la definición del precio los costos de alquiler de la tienda y de eventuales almacenes, los salarios de los empleados, los gastos de electricidad. Mientras que para la empresa formal la definición de precio es un proceso extremadamente complejo —hecho por expertos en oficinas especializadas—, que toma en cuenta una variedad de costos indirectos y a veces constituye una estrategia para segmentar

el mercado, en el caso del comercio popular, sorprende el nivel de simplicidad, siendo la factura de compra del comerciante chino el único documento escrito al que se recurre para esta práctica y el resto son datos registrados en la memoria.

El cálculo de costos se combina con el estudio de la "competencia" que, como hemos visto, se sondea de forma "familiar". Ramiro Yupanqui, cuando, por ejemplo, encontraba un producto interesante con cierto potencial comercial en la China, primero, sacaba una foto del producto, anotaba las características técnicas y, después de mandar la información a La Paz por *blackberry*, pedía a su ahijada que investigara el precio al por mayor en el mercado semiformal de un producto con características parecidas, para de esta forma calcular rápidamente el posible margen de ganancia y decidir si valía la pena traerlo. China, generalmente, provee la ventaja de poder escoger entre una serie de productos relativamente nuevos para el mercado local y, por ende, de poder seleccionar los productos con el mayor margen de ganancia. En este sentido, el proceso de definición del precio se limitaba a rebajar unos puntos del precio del producto similar en el mercado semiformal, a menudo traído de Iquique.

4.4. La fragmentación de marcas y productos

La emergencia de una serie de mercados en ciudades intermedias y enclaves mineros, los nuevos polos comerciales en La Paz y El Alto y, también, la bonanza económica de los últimos años han generado el acceso de las clases populares a una serie de bienes de consumo que tradicionalmente eran considerados prerrogativa de la clase media urbana. Algunos productos electrónicos —televisores, celulares, reproductores de DVD— de las grandes marcas se han vuelto accesibles a las clases populares; sin embargo, han empezado a emerger algunos patrones de consumo de las clases populares que han llevado a nuevas tipologías de productos y viceversa. Por un lado, han empezado a proliferar las "copias" de las grandes marcas y, por el otro lado, se ha notado una difusión impresionante de productos chinos de marca blanca, de calidad aceptable y, al mismo tiempo, cierta tendencia del consumidor popular a no preocuparse mucho por la marca original que tradicionalmente había funcionado como un marcador de estatus social.

Una de las posibilidades que han proporcionado los consorcios familiares chinos, deseosos de entrar a los mercados populares y articularse a los comerciantes locales, ha sido la de crear marcas propias que se podían añadir al producto o a la caja en cualquier momento. Esto ha permitido que varios comerciantes importadores creen su propia marca de accesorios o artefactos producidos en la China y que envíen a los consorcios familiares los diseños de los logos y de las cajas para que todo pueda ser producido de acuerdo con los requerimientos de la marca. Un "capitalista" hindú de la Zona Franca de Iquique traía artefactos electrónicos chinos de marca blanca, dejando la caja en blanco y el espacio necesario en el producto para que el comerciante pudiera añadir el logo deseado. Tradicionalmente, había el supuesto de que la marca la ponían los productores y que, de alguna forma, ésta constituía un sello de garantía para el consumidor. Lo que estamos observando en estos procesos del comercio popular es que la marca se añade en cualquier momento de la cadena comercial. Esto, en un contexto de numerosas y pequeñas empresas comerciales, ha generado el crecimiento acelerado de una cantidad de marcas locales minoristas que, a su vez, ha tendido a desintegrar la hegemonía de las grandes marcas.

En el artefacto en blanco, se puede aumentar el logo "Samsung" o el logo "Denver", este último de propiedad de un importador de la calle Huyustus, con el intento de reforzar la marca minorista. En este proceso de globalización desde abajo, se producen prácticas de apropiación de imágenes y de tecnologías y también una creciente percatación que la tecnología de las grandes marcas, primero, a pesar de las discrepancias de precio sustanciales, no es tan diferente de las marcas blancas y, segundo, no es tan difícil de imitar como se pensaría. El consumidor popular ubica perfectamente que la marca es "falsa" —o "copia", más bien— y que no hay diferencia entre "Samsung" y "Denver", lo que cuestiona continuamente el valor del original. En el rubro de los celulares, esto se ha vuelto particularmente visible: es el mismo comerciante quien dice, alabando la ingeniosidad de los productores de ultramar, que todo es copia china, hasta el punto que ya no vale la pena importar los modelos originales.

Antes eran las grandes marcas y empresas como Philips que, debido a su control del mercado, disponibilidad de recursos y capacidad

de mercadeo, lograban imponer su propia marca en el mercado y hasta imponer ciertas formas de consumo desde arriba. Sin embargo, lo que estamos observando es una ampliación y fortalecimiento de un sector comercial popular que, generando alianzas estratégicas translocales y articulando patrones propios de consumo, democratiza las prácticas de acceso a los productos y las formas de consumo. Este proceso permite diluir la capacidad de la marca tradicional de producir distinción y exclusividad provocando un fenómeno de fragmentación de "la marca" en donde, muy a menudo, pierde sentido la distinción entre "copia", "marca minorista" y "original".

4.5. Las economías de escala y la expansión comercial

Los procesos de fragmentación en el nivel de marcas, productos y también de empresas han sido tradicionalmente considerados como un impedimento a la generación de economías de escala. El mismo gobierno ha enfatizado la necesidad de que los empresarios y el sector privado se asocien y, más claramente, que se asocien a las inversiones que está realizando el Estado, ya que una "economía ratona", de pequeña escala, ya no parece viable y, además, no sirve para un país y un Estado que económicamente han subido de categoría (véase la entrevista a Álvaro García Linera, *La Razón*, 28 de diciembre de 2012). La idea es que solo los grandes logran manejar unos volúmenes de mercaderías tales para generar una ventaja económica comparativa. Sin embargo, las economías de escala, en el caso de un comercio popular fundamentado en pequeñas empresas familiares, pero articuladas por medio de redes y basadas en un control de múltiples nodos comerciales, no se encuentran tanto en volúmenes de compra, sino en la cooperación gremial y, paradójicamente, en la diversificación comercial.

La expansión y articulación del comercio popular con los productores chinos y la transformación de la calle Huyustus en un gran centro de distribución hacia el resto del país —y de la región— se han hecho posibles gracias a la cooperación gremial entre estos comerciantes. Prácticas como "hacer vaquita"[70] para costear largos viajes

70 Recolección de dinero entre un grupo de personas.

comerciales y donde un solo representante se encargue de comprar para varias personas; el compartir los costos del contenedor entre varios comerciantes para alcanzar los volúmenes necesarios; hacer pedidos conjuntos de las empresas de la Zona Franca de Iquique para así alcanzar los 100.000 dólares de pedido y obtener un descuento de un 5% sobre el total; son todas prácticas que generan economías de escala y permiten a una pequeña empresa desarrollar sus redes y canales de distribución de forma extensa. De hecho, la lógica de "sumar recursos" para aparentar más de lo que se tiene e intensificar la sensación de abundancia, para lograr objetivos imposibles para el individuo, como también para hacer frente a competidores —o enemigos— son estrategias a las que se recurre cotidianamente, ya sea en los eventos sociales —por ejemplo, para solventar los costos de varias decenas de miles de dólares en bandas y orquestas— como en las prácticas económicas del comercio popular.

La familia también cumple un rol fundamental en estas dinámicas. Por ejemplo, jalando a los hijos y a otros miembros de la familia, se logra ampliar la capacidad comercial —incluida la capacidad de control del comercio— y extender el negocio. Más que reproducir y mejorar el negocio de los padres —una característica de la empresa familiar y de los *clusters* italianos (Putnam *et al*., 1994)—, en los hijos se deposita a menudo la expectativa de diversificación. Ramiro Yupanqui, por ejemplo, importa videojuegos de Guangzhou. Desde hace algunos años, ha establecido en su propia casa, en El Tejar, un taller de ensamblaje de tarjetas de memoria —con tecnología china— que revende al por mayor a los grandes comerciantes de Ciudad del Este. Ahora que su hija ha obtenido la licenciatura en medicina, Ramiro está trabajando para obtener los permisos de importación y distribución de medicamentos y útiles médicos chinos. A pesar de los recientes escándalos de adulteración, las nuevas y férreas leyes chinas en términos de producción de medicamentes y una competencia todavía escasa en este rubro hacen que el negocio tenga un elevado potencial de rentabilidad y márgenes de ganancia. Es interesante la explicación que Ramiro ofrece de su diversificación económica: si en vez de tener una sola vaca que te da cinco litros de leche por día, tienes tres vacas —los videojuegos, el taller de ensamblaje y los útiles médicos—, ahorras en forraje (viajes a China y redes translocales de importación), estás más seguro que la leche

no te falte y tienes tanta leche que hasta queso o yogur te puedes poner a hacer (Ramiro Yupanqui, 14 de noviembre de 2012). No solo la diversificación económica da lugar a una reducción de riesgos, sino parece ser visualizada como una forma de generar economías de escala.

Rigoberto Ali nos ha comentado en varias ocasiones cómo su ambición de ampliar su negocio y su volumen comercial se encontraba frustrada por el hecho de no estar casado, dado que esto limitaba su movilidad y capacidad de desplazarse a otros mercados durante la semana, debiendo él encargarse de las compras en Oruro, el lavado de los productos usados y la venta. Otra vez, esto resalta de cómo a veces la extensión de escala comercial está vinculada a la capacidad de expandirse geográficamente y no se encuentra supeditada a la ampliación de un establecimiento en un lugar específico. Lo que generan hijos y hermanos con su involucramiento en el mercado es una concatenación de actividades económicas y comerciales que se basan en una serie de múltiples redes sociales y se vinculan a una serie de potenciales proveedores. En el caso de Mercedes Quispe, ella vende autos y celulares en El Alto y en varios pueblos del Norte y Oriente bolivianos y su actividad está concadenada con la de su hermano, quien tiene una tienda de muebles e importa una gran variedad de insumos de la China. Mercedes viaja con su hermano a China, utilizando las mismas redes comerciales y *forwarders* de su hermano con los que ya han establecido relaciones duraderas, pero expandiendo el negocio en una variedad de direcciones distintas, lo que le garantiza una reducción de riesgos y la posibilidad de explotar simultáneamente diferentes nichos comerciales. Esto permite a la familia, por un lado, utilizar el mismo capital social para expandir el negocio familiar en múltiples direcciones y, por el otro lado, genera una expansión simultánea de su entramado comercial hacia otros rubros, proveedores y actores.

Todas estas reflexiones y elementos nos llevan a sugerir una visión de mercado por parte de estos comerciantes populares no como un espacio físico concentrado, sino como un territorio de consumidores en donde no se busca la especialización por segmento, sino una acción simultánea en múltiples capas. Lo que se perfila aquí es una concatenación de múltiples y pequeñas empresas que, manejando

volúmenes pequeños y medianos de mercaderías, articulan nodos e intersticios dispersos a lo largo de un territorio extenso.

5. Los rebalses del comercio

Las formas y estrategias de reinversión de los capitales acumulados por los comerciantes populares resultan bastante variables y dinámicas en el sentido que dialogan con las nuevas oportunidades y riesgos que procesos globales y transformaciones del mercado pueden brindar. Sin embargo, si hay una práctica consistente y recurrente en los patrones de rebalse del comercio y de reinversión, es la tendencia a reinvertir en el país, evitando guardar sus ahorros en bancos extranjeros e identificando posibilidades locales de negocio. Hasta los hijos de los comerciantes que viven en Guangzhou aspiran a transformarse en comerciantes o emprendedores independientes, cuyos mercados de referencia siguen siendo los bolivianos. Esta tendencia propone una nueva manera de mirar económicamente al país al que tradicionalmente se había percibido como no rentable y, paradójicamente, no digno de inversión entre los que se postulaban a elites o clases dirigentes.

Tradicionalmente, una inversión de suma importancia para los comerciantes populares ha sido la de comprarse casa, preferiblemente cerca o arriba de su negocio, lo que constituía una expresión de prestigio y, al mismo tiempo, atraía a otros comerciantes y consumidores a vincularse —social y comercialmente— con el comerciante exitoso. En el caso de un tipo de comercio de elevada movilidad espacial donde, sin embargo, el movimiento está constantemente balanceado por formas de "apego" y enraizamiento, la casa de propiedad constituía una inversión clave en este equilibrio, ya sea económico, social o cultural. Ramiro Yupanqui nos ha comentado que uno de sus mayores errores ha sido el de comprar casa después de su primer viaje a China, a principios de los años 1990, dado que esto ha generado un estancamiento de su negocio por falta de capital. Sin embargo, para muchos comerciantes, la inversión en la vivienda constituye una inversión simultánea en otra actividad económica, o sea, una inversión que permite la expansión del negocio. Nelson Rodríguez, por ejemplo, al momento de invertir en su vivienda, ha decidido comprarse un alojamiento y utilizar parte de

éste para construir su propia casa. Esta parece una práctica bastante difundida entre los comerciantes exitosos en El Alto, dado que los alojamientos por horas están gozando de un momento de fuerte bonanza. Entre informantes y conocidos, hay varios ejemplos de comerciantes que, al momento de comprarse casa, han realizado una inversión plurifuncional, construyendo casa arriba de un local de fiestas, de un taller textil o, más comúnmente, de una tienda en una zona comercial.

Los Mayta, una familia de comerciantes alteños-paceños que se reparte entre El Alto y Cobija, han adquirido terrenos en las afueras de Cobija, donde ha construido su vivienda y su tienda. Debido a la rápida expansión de la ciudad, los terrenos han sido objeto de una fuerte revalorización. Además, por poseer algunas tierras agrícolas en la zona, recientemente, el gobierno los ha dotado gratuitamente de tierras cultivables en la frontera con Brasil en el intento de frenar la incursión de colonizadores brasileños. La lógica de invertir en terrenos en las afueras de la ciudad ha sido una práctica atractiva para algunos comerciantes. La misma asociación de conjuntos folklóricos del Gran Poder ha reinvertido parte de sus ganancias en un terreno en El Alto en un momento de rápida expansión de la ciudad. Sin embargo, generalmente, en este tipo de inversiones, el capital invertido se queda "parado" durante años, lo que no encaja muy bien con un tipo de economía bastante dinámica y ágil.

Ya desde hace algunos años, hemos empezado a ver también un tipo de inversión en viviendas en el corazón de la Zona Sur de la ciudad de La Paz por parte de los comerciantes populares. Algunos compran terrenos para revender viviendas y otros para habitar. Jaime Marca, por ejemplo, después de haber consultado con un *yatiri*, ha comprado una casa en Achumani con el propósito de trasladarse allí con su familia. Sin embargo, después de seis meses, la ha revendido —con una ganancia de 20.000 dólares— sea porque temía que su esposa de pollera no encajara mucho con los vecinos, sea porque se aburría por la lejanía de los centros neurálgicos del comercio y de la vida social popular. Otro proceso interesante ha sido la reinversión de comerciantes exitosos de El Alto y La Paz en aquellos pueblos de origen que, mientras tanto, se habían ido transformando en verdaderas ciudades intermedias —o en enclaves mineros— y en mercados

en expansión. Generalmente, no se trata de un retorno a lo agrícola, sino más bien de un tipo de inversión en espacios y locales comerciales que se transforman en especies de filiales de gestión parental de la empresa de origen.

La reinversión en el negocio es un aspecto clave del rebalse de estas actividades comerciales. Un tipo de patrón, en este sentido, es la extensión vertical del negocio. La familia Aruquipa, por ejemplo, empezó hace algunas décadas con la pequeña importación de artefactos electrónicos y, sucesivamente, materiales de computación que revendían al detalle en una pequeña tienda de la calle Eloy Salmón. Por ser pioneros en la venta de algunos productos de computación, la empresa familiar se fue expandiendo bastante rápido, ampliando los volúmenes de importación y transformándose en una distribuidora al por mayor a otros comerciantes urbanos y nacionales. Una especialización del conocimiento tecnológico de los productos se fue sumando al crecimiento de la empresa, lo que permitía proveer a los clientes con un servicio técnico especializado. En años más recientes, los hijos añadieron a la empresa un taller en donde se ensamblaba el *hardware* importado para construir torres y redes de computadoras. En poco más de dos décadas, el negocio de los Aruquipa se fue expandiendo verticalmente desde una pequeña tienda de venta al por menor, a una distribuidora al por mayor, a un taller de ensamblaje. El *know how* tecnológico del rubro se volvería, en los últimos años, con la expansión de las relaciones con los productores chinos, un elemento clave en las negociaciones sobre la calidad —y los precios— de los productos de ultramar, como también sobre las modificaciones técnicas sugeridas a los fabricantes chinos para obtener un producto más sólido y duradero.

Otro patrón común de reinversión en el negocio es la expansión horizontal hacia otros rubros y actividades en un comercio popular donde la diversificación económica es una estrategia constitutiva. Ya hemos visto el caso y la lógica de reinversión en los bienes inmuebles; sin embargo, en este proceso de expansión horizontal, hay una variedad de posibilidades con la que nos hemos encontrado. Hemos visto el comerciante exitoso en el rubro de los videojuegos que ha decidido expandirse hacia una variedad de otros rubros —desde los insumos médicos a las memorias USB y hasta una industria ligera de

ensamblaje—, manteniendo como su referencia fija a los consorcios familiares de productores chinos. Hay una serie de comerciantes e importadores que han ido manejando simultáneamente diferentes rubros y productos, concentrándose en unos durante una temporada y cambiándose a otros en otra; aprovechando los elevados márgenes de ganancia de nuevos productos y nuevos mercados durante lapsos de tiempo relativamente breves antes de dedicarse a otros. El comercio para estos actores populares es una actividad a través de la cual se desarrolla la capacidad crucial de leer mercados. El comercio es una forma de conocer intersticios, posibilidades, productores, pero también reglas, leyes y tendencias económicas de los países vecinos y lejanos: el comercio es la universidad del actor económico popular. Por medio del comercio, se generan las alianzas con los productores chinos, se desarrollan los conocimientos técnicos empíricos de los productos, de la tecnología de importación y se transforman estos conocimientos en capacidades de ensamblaje y hasta en una industria ligera.

Además, este tipo de comercio, con costos físicos limitados, puede constituir una plataforma para capital semilla que después se puede reinvertir hasta en actividades productivas. Particularmente, éste es el caso de El Alto, donde parece haberse generado una articulación marcada entre la pequeña empresa productiva y el comercio popular. De hecho, todos los elementos que hemos mencionado parecen atribuir a la trayectoria comercial una ventaja comparativa para emprender una inversión en un rubro productivo de la industria ligera como el ensamblaje de tecnología y motorizados —hacia los cuales hay un rebalse incipiente desde el comercio— o el envasado de productos agroalimentarios. Los conocimientos mercadotécnicos que se consolidan en el comercio popular se basan en mercados y prácticas comerciales con una marcada flexibilidad, agilidad y rapidez de transformación que incentivan un tipo de inversión diversificada y en cantidades relativamente pequeñas en las mercaderías y una inversión mínima en capital físico. Los rebalses hacia la industria ligera, hacia talleres de ensamblaje que, a veces, tienen costos estructurales inferiores a los 5.000 dólares, se fundan en una lógica parecida de limitar al mínimo el capital físico y mantener abierta la posibilidad de reaccionar rápidamente en casos de crisis o de volatilidad económica marcada. En el caso de los comerciantes

asentados y exitosos, se asiste a un tipo de inversiones más sólidas y sustanciales —aunque igualmente diversificadas— que van desde la fábrica textil a la gasolinera.

6. Conclusiones

Un tipo de economía, que se había desarrollado en los intersticios de las instituciones oficiales, ha logrado consolidar lógicas y estrategias propias de funcionamiento y gestión, ideas y conceptos propios de mercado, de acumulación y de capital. Un elemento que nos ha sorprendido constantemente en este análisis de las formas de gestión y de las prácticas microeconómicas del comercio popular ha sido la imposibilidad de entender sus estrategias y conceptos económicos básicos sin recurrir a las estructuras y relaciones específicas —sociales y culturales— en las que esta economía se fundamenta.

No se puede, por ejemplo, entender a fondo las operaciones de compraventa de un comerciante popular simplemente enfocándonos en el precio y en su capacidad "naturalmente" reguladora de estas transacciones. Hay un acto de constitución, fortalecimiento y extensión temporal y geográfica de las relaciones en el acto de compraventa que es decisivo para generar márgenes de estabilidad y seguridad económica. La misma expansión del negocio no es percibida tanto en términos de la expansión de volúmenes, sino como una concatenación de actividades y multiplicación del entramado socioeconómico —en un sentido tanto geográfico como de diferentes grupos sociales— con el cual estos actores se relacionan comercialmente.

Las mismas inversiones plurifuncionales en vivienda y comercio parecen el fruto de una interrelación entre lo social y lo económico como también de la versatilidad de este tipo de economía popular. La agilidad en el manejo administrativo del comercio —con la contabilidad que es sustituida por formas de control social y prácticas memorísticas— y la estructura de costos fijos bajos, con elevada flexibilidad, junto con la tendencia de asentar una institucionalidad propia en "nichos" económicos marginales, permiten al comercio popular extenderse a áreas en las que la empresa formal no llega por inseguridad o falta de servicios.

Las prácticas caseras de estudiar mercados, los conocimientos del territorio en función de los mercados, los registros memorísticos de precios, tiempos y discrepancias son elementos constitutivos de un comercio fundamentado en pequeños volúmenes de mercaderías y rutas comerciales extensas. De hecho, entre los sectores populares, el comercio adquiere la función de un instrumento de conocimiento de territorios y mercados, tecnologías y productos, que proporciona una ventaja comparativa para leer tendencias económicas, crisis y transformaciones como también posibilidades de inversión y economías de escala. En esta coyuntura, esto quiere decir una capacidad de leer las características de un consumo popular emergente y diferenciado que el gran sector privado había pasado por encima.

Tradicionalmente, se había supuesto que estas economías (populares e informales) enfrentaban serias limitaciones en relación con el acceso a tecnologías, capitales (préstamos) y capacidades (conocimientos), lo que proyectaba sobre estos actores una idea de inmovilidad todavía presente en los análisis económicos. Lo que vemos en nuestro caso es que se están consolidando no solo un bagaje de conocimientos propios, sino también —como veremos con mayor detalle en el siguiente capítulo— estrategias sólidas y prácticas económicas de elevada movilidad que les han permitido conformar un proyecto económico en sus propios términos.

CAPÍTULO VII
Mercados globales y estrategias locales

El tipo de institucionalidad del comercio popular, con su combinación de estructuras, organizaciones y redes históricamente ancladas en los sistemas socioeconómicos andinos, formas de gestión económica centradas en la realidad socioeconómica local y flujos globales en el borde de continuas revoluciones, alimenta unas prácticas y estrategias específicas para relacionarse con los mercados. En este capítulo, abordaremos algunas de estas estrategias en el intento de perfilar las formas peculiares de los comerciantes populares de leer y entender a los mercados. Después de haber definido en el capítulo anterior algunas de las lógicas y los conceptos específicos del comercio popular, nos enfocaremos ahora con mayor detalle en cómo estas lógicas y estos conceptos se traducen en determinadas prácticas en un contexto de creciente globalización de los mercados.

1. La estrategia de los pluri-mercados y la movilidad territorial

La afluencia de nuevos productos chinos de precios asequibles para los sectores populares, junto con la conformación de nuevos mercados en zonas tangenciales al eje central del país y al proceso de sofisticación de los antiguos (descrito en la Introducción y en el Capítulo III), han generado una variedad de nichos comerciales atractivos. Estas dinámicas han alentado a los comerciantes populares a desarrollar estrategias de venta que explotan las discrepancias económicas y políticas en las regiones fronterizas y los diferentes estratos de consumo ligados a tipologías distintas de compradores con diferentes niveles de capacidad adquisitiva. En vez de especializarse en un nicho particular de un mercado cada vez más complejo, los comerciantes populares adoptan modalidades

comerciales diversificadas, relacionándose con una multiplicidad de consumidores.

Esta estrategia permite a los comerciantes mantenerse a flote en un mercado global cada vez más cambiante, pero también se deriva del propio proceso de diversificación de los mercados en el país. Hoy podemos encontrar mercados rurales de calzados y ropa en ascenso, mientras que los mercados urbanos se encuentran saturados. Pero, también, la sofisticación de los mercados urbanos coexiste con mercados populares de productos de baja calidad y precios. En este contexto, los comerciantes populares se orientan a satisfacer simultáneamente las diferentes capas del mercado y trabajar con diferentes sectores y lógicas, aprovechando incluso las diferenciaciones sociales de la realidad urbana.

Si tomamos el caso de la calle Huyustus, los medianos y pequeños importadores de productos electrónicos venden al por mayor a los pequeños comerciantes de La Paz y El Alto y del resto del país, generalmente las ciudades del eje central y particularmente las ciudades de frontera: Desaguadero, Cobija, Guayaramerín, Puerto Suárez, Villazón y Yacuiba. Este proceso capilar de distribución es manejado en un pequeño espacio en la calle Huyustus, que funciona también como área de exposición donde se exhiben las muestras de los productos[71]. Es muy común que los importadores de la calle Huyustus tengan, aparte de su espacio de exposición, tiendas para la venta al detalle y que, por ende, combinen la venta al por mayor, con un margen menor de ganancia, con la venta al detalle en lugares y espacios en donde se puedan ubicar compradores con cierto poder adquisitivo. Los pequeños y medianos importadores de la calle Huyustus tienen, en su mayoría, una tienda para la venta al detalle en la calle Eloy Salmón y, en algunos casos, hasta en Desaguadero, Santa Cruz o Puerto Suárez[72]. Al mismo tiempo, esta combinación

71 En otros rubros, por ejemplo, en algunas ferreterías de la calle Isaac Tamayo, no hay espacios de exposición abiertos al público, sino simplemente almacenes cuya ubicación necesariamente solo se la conoce si se tiene contactos con personas involucradas en este tipo de comercio.

72 Un fenómeno parecido de diversificación de prácticas comerciales y de actuación en espacios distintos se observa entre los comerciantes de artefactos de la feria

de prácticas y espacios distintos produce acceso a pluralidad de segmentos del mercado, diversificación de los espacios comerciales en los que estos comerciantes interactúan y también modalidades comerciales distintas: una al detalle, con ventas más frecuentes en volúmenes pequeños y con un margen de ganancia mayor, y una, al por mayor, con ventas menos frecuentes, pero con importantes flujos de efectivo y con un margen menor de ganancia.

Los comerciantes que simultáneamente tienen su tienda en las calles Huyustus y Eloy Salmón, muy a menudo, tienden a explotar de forma estratégica las fronteras urbanas entre las diferentes capas sociales. En el caso de los artefactos, la calle Eloy Salmón se ha especializado en la venta al por menor a la clase media urbana con mayores posibilidades económicas y que generalmente desconoce los precios y las características técnicas de un rubro que parece ser prerrogativa de los comerciantes populares. Al mismo tiempo, la calle Huyustus, por su posición lejos de los circuitos de la clase media, se concentra en el comercio al por mayor y en la clientela de las laderas y, cada vez más, con los nuevos mercados de provincia[73].

Algo parecido pasa con los comerciantes de licores de la Avenida Manqo Capac, grandes importadores que traen productos de las zonas francas (principalmente Tacna). Mientras que en la Avenida Manqo Capac venden a precios al por mayor para la clientela popular de la ladera, en los puestos alrededor de la cárcel de San Pedro revenden los licores a precios incrementados hasta en un 15% a clientes

16 de Julio, en El Alto, quienes los jueves y domingos venden en la feria y el resto de la semana atienden sus tiendas en La Ceja o en las galerías comerciales en expansión de las calles 3 y 4 de Villa Dolores. Aunque no hemos tenido la oportunidad de averiguarlo empíricamente, parecen ser los mismos comerciantes de Cobija los que han implantado sus espacios de venta en el pueblo fronterizo de Puerto Evo.

73 Algo que quizás vale la pena resaltar, en este sentido, es el extraordinario momento de bonanza económica que están viviendo las galerías de la calle Buenos Aires, de La Paz, que se están erigiendo en un nuevo polo de desarrollo comercial. En una posición intermedia entre la venta al por mayor de la calle Huyustus y la venta al detalle para la clase media urbana de la calle Eloy Salmón, dichas galerías atraen un sector popular de las laderas en ascenso económico que parece haber fortalecido su capacidad adquisitiva.

de la clase media, supuestamente con mayor poder adquisitivo, pero menos numerosos.

El auge de las ciudades intermedias, la conformación de nuevos polos económicos en las zonas de explotación minera o en las regiones de producción de coca y, ligada al aumento del precio de los alimentos, la explosión económica de la zonas de producción agropecuaria más intensiva han generado un proceso de descentralización de la capacidad adquisitiva y la consecuente emergencia de mercados provinciales, tales como Caranavi, Palos Blancos, La Asunta, Patacamaya. En un contexto en el que los mercados urbanos de autos, celulares y algunos productos de abarrotes están saturándose, estos mercados provinciales se están transformando en verdaderas minas de oro, dado que permiten a los comerciantes populares abrir nuevos espacios para sus productos y oxigenarse frente a una competencia urbana cada vez más extensa. En algunos casos, este proceso de descentralización del comercio, especialmente importante para los comerciantes emergentes, ha sido decisivo para redefinir una relación más fluida y menos unidireccional entre campo y ciudad. De hecho, se advierten formas de reinversión de las ganancias del comercio urbano hacia zona rurales y ciudades intermedias en auge como también una serie de familias que alternan periodos de permanencia en las zonas rurales con actividades económicas en la ciudad.

Los comerciantes populares de El Alto, y sobre todo los emergentes, por su menor nivel de inversión en capital físico, su consecuente facilidad de desplazarse como también su manejo de productos cómodamente transportables, son los que mejor han logrado insertarse en estas realidades económicas altamente dinámicas. Los comerciantes de la feria 16 de Julio, por ejemplo, no solo conocen las características de las mejores plazas de feria a lo largo del territorio nacional, sino también los días en que se pagan los sueldos a los mineros en Guanay y Potosí. De hecho, la estructura rotatoria de ferias rurales (hoy aquí, mañana en el pueblo vecino) parece haberse extendido a lo largo de un territorio bastante más amplio —el miércoles en Caranavi, el jueves en El Alto, el viernes en Desaguadero, el sábado en Patacamaya, Navidad en Potosí, fin de año en Villazón—, lo que genera una lógica de encadenamiento y rotación no solo de actores, sino también de aparataje vinculado al comercio. Por ejemplo, los

abogados y las oficinas legales que abren en los días jueves y domingos en las áreas de la feria 16 de Julio, donde se venden autos usados, para facilitar los trámites del Registro Único para la Administración Tributaria Municipal (RUAT) y transferencia de propiedad, abren también sus puertas en Caranavi en los días de feria.

La mejora de la red vial, el flujo más rápido de información y el aumento exponencial de las empresas de transporte han permitido a los actores económicos populares vincularse a una multiplicidad de mercados esparcidos a lo largo del territorio nacional. Además, los comerciantes populares han desarrollado una lógica del comercio regional intersticial a partir de la capacidad de articularse de forma rotatoria a diferentes países vecinos para beneficiarse de las exenciones fiscales, las medidas de promoción a las exportaciones o aprovechar las discrepancias de precios entre mercados. Los beneficios fiscales para los comerciantes bolivianos en las zonas francas de Iquique y Cobija, el contrabando hormiga en la frontera con Perú —y Argentina—, la reventa y el reingreso de productos brasileros en las ciudades orientales y septentrionales de la frontera son tan solo algunos ejemplos. Rigoberto Ali viaja los fines de año a Tarija y a la frontera con Argentina para vender los saldos de tallas de zapatos más grandes. Los zapatos americanos son "retornos" no vendidos en Estados Unidos o pares usados acopiados por organizaciones de beneficencia, gran parte de los cuales no tienen un mercado en La Paz y El Alto, debido a su talla grande. Así que Rigoberto, durante ciertas épocas del año, busca su mercado entre los compradores argentinos de la frontera. En El Alto —verdadero centro articulador del comercio con Perú—, un ejemplo vívido de esta lógica regional son familias peruanas que, en los últimos años, han implantado sus talleres y fábricas para la producción de conservas en el intento de reducir los precios de producción.

Sobre todo entre los comerciantes e importadores emergentes, se nota una tendencia no tanto a especializarse territorialmente o a invertir en un mercado único, sino a apostar por maximizar la movilidad y establecer múltiples contactos en los nuevos mercados emergentes para generar formas de acceso a los mercados locales y también reducir los costos de viaje y permanencia. De alguna forma, esta tendencia recomponía y extendía una estructura de articulación

de territorios distintos y de vínculos económico extensos —hoy en día fundamentados en relaciones de compadrazgo—, como también una práctica de domicilio múltiple que en el pasado había garantizado a los pueblos andinos la organización y administración económica de vastos territorios, como hemos visto en el Capítulo I.

Generalmente, se tendía a percibir el proceso de *commoditization* o de penetración de la economía de mercado en un contexto de actores populares o vinculados al mundo campesino como un proceso que engendraría formas de desvinculación de lo local y una pérdida progresiva de control en la toma de decisiones por parte de estos actores sobre sus propias actividades (Sanderson, 1986). De alguna forma, lo que estamos observando en el caso de los actores económicos populares en cuestión es un proceso de extensión de lazos económicos partiendo de lo local hasta al punto de establecer formas nuevas de alianzas y cierto control económico territorial que puede también funcionar como desincentivo para la incursión de actores económicos externos. En este sentido, (cf. Chayanov, 1966) justamente, la resiliencia de ciertas estructuras socioeconómicas locales es lo que parece definir cómo el mercado —y quizás el capitalismo— evoluciona y se expande.

2. Prácticas de diversificación y sobreposición de rubros

La movilidad territorial va, muy a menudo, acompañada por otra dinámica fundamental de este tipo de economía: la diversificación. La capacidad y la flexibilidad de desplazarse continua y repetidamente hacia otros mercados y fronteras se reproducen en la agilidad de este tipo de comercio popular e informal a enfrentarse, innovarse y transformarse rápidamente frente a los cambios económicos. Este proceso de diversificación comercial se expresa de varias formas. Hay comerciantes que, por ejemplo, aprovechan la variación estacional del consumo. Mariano Quisbert vende artículos de librería en la calle Huyustus. Se acaba la escuela y empieza a poner artículos de ferreterías de cada tipo de marca, productos chinos, como también peruanos y brasileros. Llega la Navidad y Mariano cambia el material de ferretería por decoraciones y luces navideñas. Acaba por manejar tres rubros distintos, cada uno con un elevado nivel de complejidad. En algunos casos la variación de rubro, en lugar de ser

estacional, es horaria. Nemesia Huanca, comerciante revendedora de Villa Dolores, se dedica en las primeras horas de la mañana al acopio y reventa de productos agrícolas que almacena en un garaje-tambo de la calle 8. Después de mediodía, cuando las ventas bajan y el movimiento de compradores empieza a escasear, Nemesia cierra su garaje y, por algunas horas, se dedica a la venta de jugos y frescos a las mismas comerciantes, transportistas y *yatiris* que operan en la zona. Otro fenómeno que ha empezado a destacarse en los últimos años en las noches de viernes, sábado y domingo, tanto en Chacaltaya como en el mercado Rodríguez, es la reconversión de tiendas de abarrotes y carnicerías (próximas a los locales de fiesta) en tiendas de regalos para eventos sociales, como matrimonios y bautizos.

Esta capacidad de cambiar repentinamente de rubro y de reconvertir su carnicería en una tienda de artículos de regalo en menos de una hora es aprovechada, en general, por comerciantes pequeños, con costos fijos limitados o nulos y volúmenes de venta reducidos. La "informalidad" (o flexibilidad) de estos comerciantes es una ventaja competitiva clave que permite la reconversión de un negocio sin los costos, tiempos y trámites burocráticos necesarios. Pero también la informalidad, entendida como la liberalización de las cargas administrativas que una empresa formal conlleva, permite aprovechar la destreza de leer permanentemente los cambios del mercado. De este modo, la saturación de un producto o la emergencia de nuevas necesidades no satisfechas son vistas con rapidez como oportunidades de negocios al alcance de las manos. A diferencia de un comerciante tradicional especializado en un rubro específico y que dispone de una variedad limitada de productos, cuyos tiempos de saturación y declive son generalmente más breves que los tiempos de incursión en nuevos bienes, un comerciante popular tiende, primero, a manejar una diversidad de productos —y, a veces, rubros—; segundo, a mantener opciones y alternativas de mercado distintas y, tercero, a reaccionar más rápidamente a los cambios o a la falta de mercado.

Los orinoqueños de Cobija son otro grupo de comerciantes asentados y económicamente sólidos que, en esta época de bonanza económica, han preferido seguir diversificando su negocio en vez de especializarse. De hecho, su manejo simultáneo de rubros distintos alcanza niveles sorpresivos. En este caso, no son las pequeñas tiendas

de abarrotes y las carnicerías las que se involucran en esta práctica comercial, sino los 60 grandes almacenes comerciales que ocupan la calle principal de la ciudad. Estos comerciantes, fuertemente exitosos y con niveles de formalidad mucho mayores que en La Paz y El Alto[74], en vez de especializarse en un producto, con el tiempo, han ido ampliando su oferta a una variedad impresionante de rubros. Con una superficie de exposición que, en algunos casos, supera los 500 metros cuadrados distribuidos a lo largo de dos o tres pisos, los almacenes venden una gama enorme de productos, la gran mayoría de origen chino, que van desde los aparatos electrónicos de muy elevada calidad tecnológica hasta perfumes, whisky, juguetes, plásticos, ropa, línea blanca, materiales de ferretería, artefactos mecánicos —motosierras, cortasetos eléctricos—, frazadas, adornos para la casa. En el caso de los comerciantes de Cobija, se nota, además, un conocimiento profundo y sofisticado de los diferentes rubros, de su mercado, del costo del transporte, de las características técnicas de los productos y, por último, de las discrepancias de precios entre Iquique, La Paz y Rio Branco, o Brasil, más en general. El conocimiento y el "estudio de mercado" de los diferentes rubros por parte de los orinoqueños resultan sencillamente asombrosos.

La apuesta por esta modalidad de comercio se explica por razones similares a las de los comerciantes populares de La Paz y El Alto. Los clientes llegan con la intención de comprar una variedad de productos distintos y el comerciante no se puede permitir que vayan a otra tienda para buscar otro producto. La explicación generalmente no tiene mucho sentido, dado que la calle principal de Cobija es una especie de *shopping mall* a cielo abierto con tiendas grandes que, en vez de especializarse por rubro, venden todas "casi" los mismos productos, pero de una infinidad de rubros distintos. En estos almacenes, las "novedades" comerciales constituyen una estrategia crucial para atraer clientela. Con eso, nos referimos a la atracción generada por la última novedad tecnológica en tema de computadoras y aparatos electrónicos, pero también en términos de "chucherías" chinas, las

74 A pesar de que la subvaluación de las facturas sea una práctica relativamente común —además, en el interés del comprador brasilero—, los consumidores exigen inexorablemente la factura, dado que están obligados a exhibir un recibo de compras de las mercaderías al regresar al Brasil.

últimas creaciones de productos de consumo de productores chinos aparentemente sin límites creativos. El manejo simultáneo de diferentes rubros permite enfocarse en los productos estrellas y novedades sin exponerse tanto a los riesgos de saturación y de declive de las ventas que una práctica de especialización en un solo rubro —con un número de productos más limitados y un recambio relativamente más lento— implicaría. En este contexto, además, este tipo de estrategia comercial permite concentrarse en la venta de una serie de productos —de múltiples rubros—, cuyo margen de ganancia es bastante elevado por ser copias chinas o productos, cuya discrepancia de precio entre Bolivia y Brasil es notable.

En los Andes, los estudios de economías campesinas han enfatizado cómo la agricultura a 4.000 metros, expuesta a variaciones y riesgos climáticos elevados, requería de una serie de prácticas cruzadas de diversificación, tanto en términos de uso de nichos ecológicos distintos como en el manejo de una variedad de productos con diferentes grados de resistencia a los riesgos climáticos. Para los actores económicos populares, la práctica de la diversificación económica y el manejo simultáneo de una serie de actividades complementarias cobran el significado de reducir riesgos en condiciones de incertidumbre económica, pero también conllevan la posibilidad de la expansión comercial (Long *et al*., 1986). Hoy en día, la práctica de diversificación económica y sobreposición de rubros distintos se encuentra presente hasta en los grandes importadores que viajan a la China y redistribuyen a lo largo del continente. De hecho, la relación entre los comerciantes populares y los productores chinos ha revelado una serie de posibilidades comerciales y de nuevos productos con elevados márgenes de ganancia que han inducido a algunos importadores a amplificar sus niveles de diversificación económica.

3. Diversificación a la alteña: los actores multifuncionales y los nuevos comerciantes-importadores

El Alto es un espacio clave para entender las dinámicas y características de la diversificación de actividades y el funcionamiento de las redes y alianzas sociales. Una primera característica reside en el entrelazamiento del sector productivo y el comercial que, muy a menudo, están manejados de forma complementaria por un mismo

núcleo familiar. De hecho, las microempresas de El Alto[75] parecen haberse beneficiado del crecimiento comercial que ha consolidado una especie de clase media "paralela" portadora de patrones particulares de consumo desatendidos por los comerciantes formales. Micaela Alanoca, originaria de Chulumani, comenzó en El Alto vendiendo fresco de *q'isa* en carrito. Con poco espacio, herramientas y capital, empezó una pequeña actividad de producción y venta que resultó exitosa. Con la reinversión de las ganancias de la venta de *q'isa*, Micaela instaló un pequeño taller textil para la producción de mantas de vicuña y, en un principio, lograba producir una manta por mes a un precio de 8.000 bolivianos. Hoy, Micaela se ha comprado cuatro máquinas y logra producir ocho mantas por mes que vende en El Alto a las damas *qamiris* para eventos sociales. Mientras tanto, sus carritos de *q'isa* han "crecido", llegando a constituirse en una verdadera empresa con 40 "puntos de venta". Es interesante observar cómo actores económicos exitosos no abandonan su actividad originaria para concentrarse exclusivamente en el rubro más moderno y tecnológicamente avanzado, sino prefieren mantener una variedad de fuentes de ingreso.

Lo interesante de esta articulación entre comercio y producción es que productores y comerciantes comparten espacios comerciales —y sociales—, rutas y mercados de fronteras, como también una serie de estrategias y alianzas para establecer formas de control territorial. Es decir, la expansión territorial peculiar de un tipo de comercio popular e informal y la creación de nuevos mercados internos y fronterizos han sido espacios compartidos con muchos de los pequeños productores de El Alto. Jaime Marca es un productor de chamarras de cuero de buena calidad, cuya esposa Lucy vende en el mercado interno así como en Desaguadero y Villazón, desde donde las chamarras alcanzan los grandes centros urbanos peruanos y argentinos. En los últimos dos años, Jaime y Lucy se han enfrentado a una competencia cada vez más marcada de productos chinos y con un crecimiento y diversificación de los mercados internos. La estrategia que han adoptado ha sido doble: por un lado, renunciar al sentido

75 En El Alto se habla de 25.000 microempresas con una capacidad de generar 165.000 empleos (*La Razón,* 6 de marzo de 2013 "El Alto acoge 25.000 microempresas que generan 165.000 empleos").

económico común del "exportar o morir" para concentrarse en los mercados nacionales emergentes y, por el otro lado, empezar a viajar a China para sacar provecho al gigante de ultramar en vez de verlo simplemente como una competencia desleal. Jaime ha empezado a viajar al país asiático con su hermana Delia, una comerciante que importa productos de cuerina, ropa y accesorios. En un contexto en el que el núcleo familiar se reparte entre producción e importación y en donde coexisten formas internas de competencia con prácticas de cooperación, Jaime ha empezado a importar accesorios chinos para su propio taller, volviéndose simultáneamente distribuidor de accesorios.

En general, en El Alto, los emprendedores grandes y exitosos también alcanzan niveles sorpresivos de diversificación de actividades. En el rubro de los motorizados, un ejemplo emblemático podría ser el de Demetrio Villca, dueño, con sus dos hermanos, de una empresa de transporte de grandes dimensiones —especializada en la importación de diesel—, que paulatinamente se ha ido desdoblando en otra empresa importadora de camiones usados traídos de Suiza —o Suecia— para el mercado boliviano. El éxito de las actividades de comercio e importación ha sido tan marcado que Demetrio Villca ha decidido instalar en El Alto una planta de producción de fibra, en cuya puerta cientos de productores alteños de muebles, colchones y chamarras hacen fila para comprar. La esposa de Demetrio tiene una actividad itinerante de venta de regalos para eventos sociales. Lo que emerge de la variedad de actividades económicas de la familia de Demetrio es la capacitad de articularse y crear vínculos con un abanico impresionante de actores y mercados distintos y nos da una idea de cómo se genera una articulación marcada entre comercio, producción y eventos sociales en El Alto.

En El Alto, entre los comerciantes emergentes que han empezado recientemente su actividad con un capital relativamente pequeño, a veces, se combina la capacidad de desplazarse (entre mercados distintos y hacia una variedad de productores de ultramar) con el manejo simultáneo de una serie de rubros. Así, encontramos revendedores multifuncionales, como Mercedes Quispe. Como hemos visto, Mercedes vende autos usados los jueves y domingos en la feria 16 de Julio, de El Alto, espacio que comparte con amigos y

parientes. Los autos los importa de la Zona Franca de Iquique, donde los compra a revendedores paquistaníes. El resto de la semana vende celulares al por mayor en pueblos del Norte y Este de Bolivia: Puerto Suárez, Palos Blancos, Caranavi. Los celulares se los proporciona su hermano, quien importa una variedad de productos de China, desde cables de alta tensión hasta uniformes, para el aprovisionamiento de otras empresas, como también insumos para su tienda de muebles. Toda esta actividad comercial reticular genera una valiosa combinación de conocimientos sobre mercados locales y externos, localismo y cosmopolitismo.

El caso de Mercedes es emblemático de la reciente emergencia, desde hace unos dos o tres años, de un tipo de nuevos comerciantes-importadores de pequeña escala. Estos actores, que antes adquirían su mercadería de los importadores medianos para después revenderla al detalle en mercados y ferias urbanos, han empezado a importar de forma independiente, en algunos casos de Iquique y, de manera más y más frecuente, de China. Se trata de pequeños emprendedores que empiezan a importar con un capital a veces pequeño —hasta de unos 20.000 dólares— y con el soporte de algún familiar. A menudo, revenden los productos importados al detalle en tiendas propias y de parientes. En la calle Huyustus, por ejemplo, todos los importadores afirman que, en los últimos dos a tres años, han disminuido de forma sustancial sus ventas a los comerciantes de El Alto que ahora se abastecen de forma independiente. Lo que parece caracterizar a estos actores, a diferencia de los comerciantes más establecidos, es una tendencia, por su estructura más ágil y flexible, a explotar nuevas posibilidades de venta y de importación, generando un proceso de democratización del comercio y de la importación. Ello invita a redefinir un imaginario común en relación con los comerciantes populares que solo habría uno o dos afortunados que traen mercaderías y las reparten a todos los demás. El fermento del comercio de El Alto, por ejemplo, su nueva postulación a centro de la distribución comercial en el nivel nacional, ha generado un nuevo equilibrio y cierta solidez social e independencia entre los comerciantes populares alteños, quienes ya no necesitan del "bautizo social" de las fraternidades o gremios populares paceños para asentar su prestigio.

La especificidad alteña se concentra en su elevada dinamicidad y en su tendencia a movilizarse y desplazarse repetidamente hacia una variedad de espacios y mercados. Entre los comerciantes alteños, hay una combinación interesante entre una capacidad de articularse con productores y mercados de ultramar con un conocimiento meticuloso de mercados, ferias locales y empresas, demostrando tener una comprensión clara del pulso económico del país. En el nodo de nodos de El Alto, las redes y la diversidad de la economía popular han logrado expandirse sin las barreras raciales de La Paz, literalmente perfilando y dando forma a una ciudad. Es aquí donde las articulaciones entre lo comercial y lo productivo se han demostrado reveladoras y fecundas.

En lugar de buscar la especialización por tipo de producto —o por funciones en la cadena comercial— como fuente de competitividad, este tipo de diversificación comercial teje una trenza de rubros superpuestos y articula múltiples vínculos económicos, actores y mercados, lo que permite reducir los riesgos comerciales y reorientar continuamente el comercio en momentos de crisis o de transformaciones económicas (Long *et al*., 1986). Precisamente, esta flexibilidad permite mudar continuamente de rubro, proveedores o canal de comercialización, y adaptarse a la globalización mejor que muchas empresas de la economía formal. No en vano, estos comerciantes populares han incursionado en diferentes mercados, sin complejos, desde artefactos de tecnología avanzada en la frontera con Brasil hasta productos alimenticios en la frontera con Argentina.

4. Comerciantes aymaras y productores chinos: globalización desde abajo a la boliviana

Como ya se ha señalado, los comerciantes populares objeto de nuestra investigación han desarrollado con fluidez una conexión con los mercados internacionales y una articulación, en especial, con los productores chinos. Los procesos globales, junto con una serie de riesgos para las pequeñas empresas locales, han abierto nuevas posibilidades de movilidad y diversificación así como una variedad de articulaciones comerciales. La relación de los comerciantes populares con China nos ofrece una visión de un tipo de movilidad vinculada a la globalización, lo que permite el acceso

a nuevos productos y una extensión y multiplicación de ciertas redes vinculadas al territorio. Los pioneros de los viajes a China fueron los comerciantes de las calles Eloy Salmón y Huyustus, que ya desde principio de los años 1990 habían olfateado el potencial productivo de la nación de ultramar, todavía antes incluso de que se manifestara en todo su esplendor. Algunos se lanzaban a China "mudos y sordos", sin hablar una palabra de mandarín o de inglés. Otros aprendían palabras de inglés en los cuadernos de secundaria de los hijos.

Y así empezó el periplo por las grandes ferias: primero, a Guangzhou y, más tarde, a Yiwu. La segunda está especializada en la venta de mercancías para los mercados de los países en vías de desarrollo (Simpferdorfer, 2011), ajenos a los rígidos requisitos de producción de las multinacionales estadounidenses y europeas. Cuando los mercados desarrollados entraron en declive, la feria de Yiwu ya había consolidado su perfil como supermercado para los pequeños comerciantes de Oriente Medio, África y América Latina. Los comerciantes más intrépidos no tardaron mucho en aventurarse más allá de la gigantesca exposición ferial de Yiwu[76] y empezaron a entablar relaciones comerciales con los fabricantes para ahorrarse, así, los costos del intermediario[77]. La mayoría de los comerciantes bolivianos se relaciona directamente con los "consorcios familiares" chinos, pequeñas empresas de gestión familiar especializadas en la producción de un producto específico, pero con la flexibilidad para readaptar rápidamente el diseño de sus productos y producir para

---

76 De acuerdo con la página web de una de las más grandes exportadoras de Yiwu, el mercado de esta ciudad tiene casi 58.000 proveedores, que venden unos 410.000 tipos de productos y recibe 300.000 visitantes por día. (http://www.yiwuen.com/yiwu-market/yiwu-market-figures-and-facts)

77 Aunque no tengamos informaciones detalladas sobre los comerciantes bolivianos asentados en China, algunas investigaciones (Li *et al*., 2007; Simpfendorfer, 2011) han señalado cómo comerciantes de ultramar han consolidado una especie de "enclaves étnicos" en las ciudades chinas que funcionan como puentes entre los países de origen y el gigante asiático. Comerciantes de Mali (Li *et al*., 2007) han instalado en Guangzhou unas compañías para el transporte de carga que despachan mercaderías a toda el África occidental. Durante nuestro trabajo de campo, algunos comerciantes nos han comentado haber considerado la posibilidad de comprar colectivamente un carguero para el transporte de contenedores.

un mercado relativamente pequeño como el boliviano. Ahí reside su ventaja competitiva: están listos para vender a cualquiera con independencia de las cantidades demandadas, la religión o el pasaporte del comprador. Los consorcios familiares se muestran, además, receptivos a modificar los productos a petición de los comerciantes bolivianos, con la expectativa de que la readaptación del diseño les permitirá multiplicar las ventas a otros comerciantes de la región y ampliar así sus mercados.

Dicho de otro modo, la oportunidad que los consorcios familiares ofrecen a los comerciantes populares es la posibilidad de comerciar imitaciones de grandes marcas —que, en muchos casos, ni siquiera disponen de representación comercial en Bolivia—, pasando por encima de las patentes y a precios infinitamente inferiores al original[78]. Además, los productores chinos garantizan al comprador la exclusividad de la producción e, incluso, le permiten establecer su propia marca. De este modo, las fábricas chinas han facilitado el acceso de ciertos estratos sociales de todo el mundo, históricamente postergados, al consumo de tecnología relativamente elevada sin necesidad de pagar los precios exclusivos de las empresas productoras autorizadas.

Además, la disponibilidad de los productores chinos de trabajar con pequeños importadores y comerciantes ha alimentado un proceso de distribución reticular de estas mercaderías no solo hacia los ejes tradicionales del comercio nacional, sino a una variedad de mercados locales[79]. Las importaciones chinas generalmente cubren una variedad impresionante de productos, se importan en cantidades relativamente pequeñas y son distribuidos tanto a mercados urbanos

78 En los últimos años, en China, la cultura de la copia e imitación de las grandes marcas —*shanzhai*, en lengua mandarín— se ha vuelto un elemento clave de su economía. En realidad, el proceso de imitación local de productos convencionales empieza en China ya en los años cuarenta, cuando, después de la guerra civil, pequeños emprendedores de Shanghai, refugiados en Hong Kong, producían y vendían con su familia una serie de productos no autorizados (Lin, 2011). La palabra *shanzhai* quiere decir literalmente "fortaleza de la montaña"; sin embargo, se refiere a una historia protagonizada por bandidos al estilo Robin Hood que robaban a los gigantes de la montaña.

79 Véanse datos y análisis en el Capítulo II.

como a los locales. Por ejemplo, un producto clave de ropa china, como son las medias, puede ser conseguido en cantidades enormes en Cobija para clientela brasilera, en Caranavi para compradores rurales y también en La Paz para la clase media urbana.

A pesar de las dudas comunes que suscita la calidad de los productos chinos, sus bajos precios han permitido a los comerciantes populares hacer frente a las grandes empresas y marcas formales establecidas en el país y controladas por comerciantes convencionales locales y extranjeros. De hecho, muchos comerciantes populares han utilizado las mercaderías chinas baratas para crear nichos propios de mercado y para desplazar comerciantes y empresas tradicionales que muy poco se habían preocupado por las características o la tipología de consumo de ciertos sectores populares. Ahora, los efectos de esta tendencia se los pueden también ver en los empresarios nacionales, más que todo los pequeños confeccionadores y productores de ropa nacional, quienes se han encontrado compitiendo con productos baratos producidos en gran escala. Sin embargo, un dato importante de las mercaderías chinas —sobre todos en términos de ropa, zapatos y accesorios— es el hecho de evidenciar un sector económico emergente y extenso del mercado nacional para el que, a diferencia de cierta clase media urbana tradicional, el producto de la gran marca extranjera no necesariamente constituye una expresión de estatus social y modernidad[80].

Las relaciones comerciales con China son generalmente bidireccionales. Por un lado, representantes de empresas y fábricas chinas han empezado a viajar a Bolivia para entender mejor las dinámicas económicas locales, mejorar su producción y entablar relaciones con los comerciantes. Por el otro lado, nodos comerciales, como las calles Huyustus y Eloy Salmón y, especialmente, la Zona Franca de

80 Esto no quiere decir que los comerciantes populares se desinteresen de la clase media urbana tradicional con otras expectativas de productos y marcas. Los principales adquirientes de los puestos de ropa y zapatos usados de marca de la feria 16 de Julio son jóvenes y familias de los barrios residenciales paceños, comúnmente referidos como "jailones" por los comerciantes populares. Sin embargo, los productos nuevos chinos están reemplazando paulatinamente a los productos usados de marca que llegan de Estados Unidos, debido sea a unos precios más competitivos, sea a la mayor facilidad de ingresarlos al país.

Iquique, se han convertido en polos atractivos para los pequeños inversionistas y comerciantes de ultramar que buscan alternativas a la asfixiante competencia doméstica. Como regla general, los comerciantes locales han dificultado expresamente el acceso de empresas o actores foráneos a los espacios comerciales que habían logrado ocupar. Sin embargo, han demostrado cierta apertura hacia los empresarios chinos por sus múltiples contribuciones al comercio y por estar en la base del éxito comercial local.

Los vínculos de los actores económicos populares con empresas extranjeras han sido muy a menudo funcionales a la consolidación de su propia institucionalidad (sus redes y estructuras socioeconómicas internas), así como al control de los espacios comerciales. La relación con China se convierte así en una fuente importante de insumos y en una puerta para expandir el entramado comercial local (Toranzo, 2007), reconciliando vínculos económicos cosmopolitas con formas de organización y acumulación étnica y culturalmente específicas. Se articula así el comercio de mercaderías chinas, producidas a gran escala, con circuitos locales y dinámicas de intercambio arraigadas en fuertes lazos de parentesco.

No hay duda de que el vínculo comercial con China posee un carácter altamente estratégico para los comerciantes populares bolivianos y sus mercados. Por un lado, la "conexión oriental" ayuda a franquear la barrera del precio para acceder a productos tecnológicos y manufacturados. Por otro lado, las alianzas entabladas con los consorcios familiares han generado nuevas posibilidades económicas que van desde una serie de nuevos productos —particularmente, accesorios y tecnologías—, que permiten ampliar y diversificar la oferta en mercados que parecían saturados. En el caso de la tecnología *hardware* y hasta de piezas de la industria pesada china, se ha empezado a importarlas para poderlas ensamblar en Bolivia con una infraestructura de bajo costo y un *know how* asequible. Por eso, la postura de los comerciantes populares hacia China se distingue marcadamente de los imaginarios de ciertas clases medias del Occidente, que tienden a asociar la nación de ultramar con lo barato, la copia y el mal gusto y que, simultáneamente, siguen limitando el acceso de los emprendedores del Sur a sus productos, tecnologías y canales comerciales.

5. Conclusiones

El proceso de expansión del comercio popular y de su institucionalidad se funda en prácticas de extensión de su entramado socioeconómico hacia otros actores y territorios así como en la variedad de productos y actividades que un comerciante maneja simultáneamente. Esto es producido por una agilidad y flexibilidad de las redes comerciales populares en leer y reaccionar a los mercados, a las amenazas y a las oportunidades que brindan los procesos globales así como de insinuarse en nuevas y diferentes capas económicas. Estas "redes" y esta flexibilidad no son el simple producto de procesos desestructuradores económicos globales que tienden a debilitar el tejido social local, la solidez de las relaciones y la firmeza de instituciones tradicionales como la familia o el parentesco para remplazarlas con un tipo de relacionamiento más blando y flexible, de redes, justamente (cf. Baumann, 2000). Por el contrario, tienen un anclaje histórico y social marcado fundado en prácticas de elevada movilidad, múltiple domicilio, alianzas étnicas, control de rutas de intercambio y pisos ecológicos.

Lo que emerge de este proceso es una conceptualización del mercado a partir de una serie de conocimientos del territorio, una capacidad de desplazarse rápidamente y de constituir alianzas diseminadas a lo largo de espacios extensos. Los comerciantes populares que hemos observado basan su actividad comercial en un reconocimiento de las variaciones del territorio, de las épocas, del tipo de consumidores, de los diferentes productos, lo que implica múltiples conocimientos y un manejo sofisticado de la información. Generalmente, se ha tendido a interpretar el *shopping mall* como una especie de templo de la modernidad, con promociones y ofertas, y en donde convergen una serie de espacios exóticos y lejanos: el whisky escocés, la ropa francesa, la tecnología estadounidense. Lo que vemos en el comercio popular no es solo una concepción del mercado como un espacio concentrado y centrípeto, sino también una articulación de intersticios diseminados en el espacio en donde el comerciante, debido a su agilidad, ha logrado insertarse. Justamente, estas concepciones, lógicas y prácticas específicas del comercio popular, conjuntamente con la peculiaridad de su institucionalidad, a pesar de su carácter supuestamente residual, se han convertido en factores clave en la base de su proceso de expansión y emergencia.

CAPÍTULO VIII

Ensanchando los intersticios: el desborde del comercio popular

En estos análisis, nos hemos cruzado con una serie de informaciones y prácticas que nos han hecho suponer tanto una emergencia de esta economía como una serie de estrategias y prácticas propias de expansión. Como hemos observado desde el principio, la transformación y la expansión económica del comercio popular han sido acompañadas por prácticas y formas de expansión institucional y social. En estas formas de expansión, nos concentraremos en este capítulo.

1. La legitimidad del comercio popular

Como hemos visto, el tipo de comercio popular que hemos abarcado en nuestra investigación, a pesar de caracterizarlo como "informal" y "sumergido", presenta un nivel sofisticado de organización y estructuración. La falta de regulación desde arriba, la exclusión de estos sectores de los proyectos centralizados de desarrollo económico, la marginalización por parte de dinámicas y estructuras globales interesadas en la reproducción del gran capital, han sido compensadas por formas, instituciones y prácticas de regulación y organización desde abajo, extraoficiales e intersticiales. Si en un primer momento estas instituciones respondían a formas de exclusión y subordinación, su capacidad de consolidar el control de espacios comerciales, de articularse con nuevos actores globales y también de recrear estructuras propias tradicionales ha generado el fortalecimiento del sector y hasta un éxito económico que fue paulatinamente complementando sus aspectos reactivos con elementos proactivos.

La incisividad de las instituciones del comercio popular, su capacidad de consolidar formas autónomas de control y gestión como también prácticas económicas no convencionales, les han permitido "asentar" formas de participación social y económica que les fueron tradicionalmente negadas. El manejo comercial en una multiplicidad de niveles, la capilaridad del comercio popular y su capacidad de alcanzar una variedad de mercados y territorios en zonas alejadas del país no solo parecían tejer y visualizar una idea y práctica propia de país, sino, además, generar formas de "hacer país" en las fronteras y en los corredores alejados.

La Zona Franca de Cobija, por ejemplo, gracias al control socioeconómico ejercido por los comerciantes populares, se ha convertido en un espacio de afirmación de país en vez que en una zona de frontera desterritorializada por el capital transnacional. Las grandes zonas francas de Iquique, en Chile, y Ciudad del Este, en Paraguay, están fuertemente dominadas por inversionistas y capitales extranjeros, muchos de los cuales de origen chino, árabe, hindú, paquistaní, quienes, por la potencia de sus inversiones —y por la ubicación periférica de las zonas francas—, parecen haber simbólicamente expropiado la soberanía de estos lugares. La Zona Franca de Cobija, por el contrario, se mantiene bastante firmemente en las manos de los comerciantes populares del interior. El Alto es otro espacio económico crucial para entender este fenómeno de afirmación social y de generación de propuestas propias de participación en un contexto y entre sectores que tradicionalmente habían sido excluidos social y económicamente. En El Alto, se torna particularmente visible la afirmación de prácticas y formas sociales locales de organización frente a una institucionalidad oficial carente, dando forma a una ciudad que se encuentra fuertemente articulada a dinámicas económicas globales y que, sin embargo, mantiene modalidades de funcionamiento socioeconómico únicas y propias. Estas prácticas de afirmación y de control territorial extenso, conjuntamente con el éxito económico de estos sectores, han consolidado expresiones de ciudadanía desde abajo que entran en resonancia o en conflicto con el proyecto del actual gobierno, pero que, además, generan formas importantes de legitimidad para estos actores.

La legitimidad del comercio popular y de su institucionalidad "paralela" se fundamenta en la capacidad de generar un fermento económico y una solidez social en el nivel local que ni las instituciones oficiales ni las inversiones extranjeras habían logrado engendrar. El reconocimiento de estos actores reside en su capacidad de generar oportunidades de empleo, pero también de garantizar la provisión de productos de calidad y precio asequibles a la gran mayoría de los consumidores. Este sistema institucional propio parece haberse consolidado estratégicamente sin pedir nada al Estado[81], lo que permite deslegitimar a la institucionalidad oficial —o a un sistema económico global— a la hora de definir estándares, reglas y medidas obligatorias y universales. Para los comerciantes populares con los que hemos trabajado, la informalidad es una mera cuestión de óptica. Su comercio es "informal" solo si se lo mira desde la perspectiva de los empresarios formales y privilegiados que se han beneficiado de amplias desgravaciones fiscales y subvenciones por parte de las instituciones estatales a las que se encontraban estrechamente vinculados. Su legitimidad no se funda tanto en la consonancia con el sistema legal y las instituciones oficiales, sino en su capacidad de generar un fermento económico que ni las iniciativas del Estado ni las inversiones de la gran empresa hubieran podido ocasionar. Su proyecto económico se postula como no gregario, anclado al país, al territorio, a las redes y a los recursos existentes en ello.

Cuando la ley y las instituciones son débiles, las formas que emergen en su lugar pueden ser de carácter ilegal. O también, cuando la práctica de la ley es parcial y corrupta, se pueden generar alternativas institucionales propias. Lo que parece haber pasado con los comerciantes populares es que su éxito económico y la solidez de su institucionalidad han generado nuevas formas de negociación y equilibrio en las relaciones con el Estado plurinacional, que se ha visto obligado a aceptar cierto grado de pluralismo legal y económico. Lo que ha pasado en México, por ejemplo, con el comercio popular es que las grandes cadenas y supermercados

81 En el caso de los comerciantes asentados, esta tendencia de no pedir nada al Estado es evidente. Sin embargo, en el caso de algunos comerciantes emergentes, hemos observado diferentes formas y estrategias de articulación con lo político (véase también la Introducción).

han recurrido a importaciones ilegales canalizando la venta de estos productos por medio de vendedores ambulantes que constituían la parte subordinada de la cadena (Alba, 2012). En Nigeria (Meagher, 2010), las estructuras político-económicas informales de ciertos sectores populares han degenerado en sistemas de poder antisociales y coercitivos que han alimentado la corrupción y el clientelismo (cf. Reno, 1995, en Sierra Leona). Lo que parece haber pasado en Bolivia es que la economía popular y sus mercados, gobernados por una serie de normas y reglas definidas por dinámicas de localidad, género y etnicidad, se han convertido en espacios sólidos, bien estructurados y funcionales a los que el mismo Estado y las empresas formales —como veremos— se han visto obligados a recurrir.

2. ¿De marginal a dominante? Una institucionalidad intersticial en proceso de transformación

Cuando Keith Hart intentó describir por primera vez el funcionamiento de la economía informal en los suburbios de Accra (Ghana) a principios de los años 1970, relató el dinamismo, la vivacidad y energía creativa de migrantes y pobres que, en el intento de sobrevivir sin un trabajo estable, se dedicaban a trabajar de mendicantes, cargadores, taxistas. En gran parte de los casos, la bicicleta, el carrito o el auto que alquilaban estos actores informales eran propiedad de burócratas, funcionarios públicos, banqueros, supuestamente el lado formal y oficial de la economía y del país. Hasta hoy en día, por ejemplo, las comerciantes populares que controlan los puestos más importantes del mercado más grande de Kinshasa, en Congo, son las antiguas amantes de funcionarios públicos y políticos de renombre (Joseph Trapido, comunicación personal). En la Bolivia de hoy, no solo parece necesario repensar unas interpretaciones que visualizan la economía popular como un simple rebalse de la economía oficial, sino, además, parecen haberse redefinido las dinámicas verticalistas y jerarquías, donde el poder y la economía formal utilizan y explotan a los subordinados e informales y definen las reglas del juego. Hoy, a menudo, es el burócrata, el banquero o el policía quien trabaja por o revende los productos importados por el comerciante popular.

De hecho, se aprecian varios indicios de que esta institucionalidad y la economía informal que la acompaña están cobrando reconocimiento económico por parte de los consumidores, fabricantes y empresas formales. Los productos de las grandes marcas, por ejemplo, en los últimos años, se han ido articulando a los mercados y espacios comerciales, a menudo informales, controlados y establecidos por actores económicos populares. En el caso de las marcas italianas de electrodomésticos, en un principio, la política comercial fue evitar la distribución y venta de estos productos en mercados populares para impedir un supuesto desprestigio de la marca. Sin embargo, en años recientes, mercados como las calles Huyustus y Eloy Salmón se han convertido en espacios comerciales y centros capilares de redistribución demasiado atractivos e importantes incluso para marcas de prestigio, como la línea blanca italiana.

Algo parecido ocurre en algunos de los mercados urbanos de alimentos y abarrotes, que han sufrido en las últimas décadas un proceso de "informalización" y paulatina desconcentración desde los puestos de venta en los mercados cerrados hacia las calles[82]. En estos mercados, se ha vuelto frecuente la figura de la joven promotora con ropa llamativa que en la puerta de una carnicería o al lado de un puesto de venta en la acera promociona productos de marca o de grandes empresas formales que han empezado a darse cuenta del potencial comercial y el elevado número de consumidores que atraen estos mercados populares.

La feria 16 de Julio constituye otro espacio de elevado potencial comercial en el que en los días de feria —jueves y domingos— convergen 300.000 pequeños y grandes comerciantes (Yampara *et al.*, 2007), transformando calles enteras y barrios escasamente habitados y silenciosos en abarrotadas plazas de mercados. Es interesante

82 Las narrativas habituales sobre el desarrollo del comercio nos han llevado a pensar en una paulatina absorción de los vendedores callejeros por los mercados cerrados, y en la posterior transformación de estos mercados en supermercados. Sin embargo, el proceso de alejamiento de los comerciantes populares de los mercados cerrados hacia las calles es un fenómeno común en muchas ciudades de los países en desarrollo, desde La Paz (Rivera, 1996) y Bogotá hasta Lusaka (Zambia).

observar cómo una serie de grandes empresas privadas, bancos y servicios se ha ido estructurando alrededor de este enorme espacio comercial popular —que atrae compradores nacionales y peruanos—, adaptando sus horarios a los días de feria para aprovechar así la institucionalidad y el fermento comercial local.

Por lo que se refiere a los inversionistas y a las grandes marcas chinas, han empezado a darse prácticas interesantes. Los propietarios de la importadora-exportadora china Fafu, recién instalada en la calle Illampu, a pesar de usar prácticas comerciales distintas, como la exposición del precio de las mercaderías en los estantes, han inaugurado la tienda quemando una ofrenda, como se hace tradicionalmente en la zona comercial de este sector urbano. De forma notable, los inversionistas chinos y los representantes de las grandes marcas presentes en el mercado de las calles Eloy Salmón y Huyustus han empezado a utilizar los canales locales semilegales de distribución y provisión —que se asientan en redes familiares reproducidas a partir de los eventos sociales de gremios y fraternidades religiosas—, para lograr así articularse a grandes distribuidores y vendedores en un contexto caracterizado por un control capilar de los espacios comerciales[83].

En términos de las jerarquías socioeconómicas vinculadas al comercio popular se han producido también cambios. Hoy en día, entre los clientes de los mayoristas de la calle Huyustus y de la feria 16 de Julio, encontramos policías, curas, maestros, empleados públicos, clase media urbana azotada por la decadencia socioeconómica. Esta realidad obliga a repensar imaginarios y teorías que habían identificado al comercio popular como insostenible, condenado a redimensionarse por estar próximo a su punto de saturación y necesariamente subordinado al sector formal y oficial de la economía. No es poco frecuente encontrar profesionales de sectores urbanos dirigiéndose y "rogándose" a los comerciantes populares para acceder a este tipo de comercio o lograr información sobre los rubros con

83 Vale la pena mencionar que, en el caso del comercio de telas al por mayor en la zona 12 de Octubre, de El Alto, algunos informantes nos han mencionado la presencia de tiendas y empresas chinas que han logrado establecer cierto control del mercado.

mayor margen de ganancia, revirtiendo así un patrón establecido. Se vuelven, por ejemplo, comunes historias como la de un importador de la calle Huyustus a quien, un día, se presenta un banquero y economista de una "familia bien", pero altamente endeudada, con un "pequeño capital" —10.000 dólares— para invertir en productos de importación con el acuerdo de compartir la ganancia. Después de llevarse al banquero a comprar productos electrónicos a la Zona Franca de Ciudad del Este, en Paraguay, el importador disfruta hoy en día de las mejores condiciones de préstamo en el banco. No solo el banquero se inserta así en una lógica de intercambio de favores y en una especie de relaciones estratégicas de caseros, sino que reconoce quién detenta el capital y el conocimiento económico.

Los comerciantes populares han acumulado no solo recursos y riquezas, sino también un capital de conocimientos prácticos y técnicos —y un paulatino control— sobre la economía y los negocios, tanto en el nivel nacional como regional, al punto de posicionarlos como una nueva fuerza que se interpone a los antiguos expertos en materia de economía y negocios. Su relación con China es el ejemplo más claro de cómo estos actores han desarrollado un conocimiento económico complejo y unas estrategias comerciales sofisticadas para manejarse en una economía crecientemente globalizada desplazando o reduciendo al anacronismo las políticas económicas hacia el gigante asiático promovidas por las instituciones empresariales tradicionales. Mientras que empresarios tradicionales siguen promocionando formas de *partnership* económicas desiguales en una lógica gregaria con los poderosos inversionistas chinos (*Página Siete*, 9 de febrero de 2013), los comerciantes populares, que desde hace veinte años viajan a la China y tienen un conocimiento minucioso de las diferentes opciones comerciales ofrecidas por el país, han preferido optar por relacionamientos estratégicos con los "consorcios familiares", que les permiten mantener importantes niveles de autonomía económica y, simultáneamente, adaptar los productos chinos a las demandas del mercado local.

El conocimiento detallado de China ha permitido a los comerciantes populares encontrar nichos de mercado chino para la venta de productos bolivianos —es el caso de la fibra de alpaca (Tassi *et al.*, 2012)—, como importar tecnología china al país para ensamblarla

localmente y volverla a exportar. Por un lado, estas prácticas han evidenciado el desconocimiento de las instituciones empresariales tradicionales, ya sea de las potencialidades comerciales ofrecidas por China como también del dinámico comercio popular local. Por el otro lado, estas tendencias subrayan la ambición del comerciante popular de no buscar sustituir a los representantes de las instituciones empresariales formales, sino, más bien, consolidar un conocimiento y una institucionalidad propia que les permitan definir reglas del juego económico más en sus propios términos.

3. Las prácticas económicas "residuales" como ejes del comercio

Hasta las prácticas de pluriempleo, diversificación y reconversión constante de rubros que han caracterizado tradicionalmente las economías populares e informales, en lugar de atenuarse con la bonanza macroeconómica y con el crecimiento del mercado popular, se han ido consolidando y fortaleciendo. Mientras que la teoría económica preveía una absorción de estas prácticas y sectores a la economía formal, moderna y dinámica —y, en el caso del Perú, estas expectativas parecen haberse cumplido parcialmente—, lo que vemos en el país es una expansión de estas prácticas y lógicas. En lugar de aprovechar la bonanza económica para formalizar su negocio y concentrar sus actividades, los actores económicos han seguido amplificado su propia institucionalidad y su control del mercado impulsando actividades paralelas y complementarias. Esto parece perfilar un tipo de proyecto económico concebido no tanto como un programa lineal y de progresiva transformación de los emprendimientos tradicionales hacia lo moderno, sino como una expansión simultánea y capilar hacia una diversidad de actividades.

Un elemento que nos ha llamado la atención es que no solo los pequeños comerciantes con escasos niveles de formalidad recurren a la práctica de diversificación laboral como una estrategia de subsistencia, sino son los mismos miembros de la institucionalidad oficial, como policías y profesores de secundaria, quienes, para complementar su sueldo, incursionan en distintas ramas del comercio aprovechando una coyuntura económica favorable para diversificar sus ingresos. Marta Choque, profesora de matemática en un colegio paceño, viaja los martes y viernes a Desaguadero para revender

pantalones de *jeans*, fabricados en Cochabamba, a clientes peruanos. La ganancia de sus ventas supera, a veces, su sueldo de profesora, lo que genera tensión entre una profesión formal socialmente reconocida e intelectualmente gratificante y una actividad comercial desprestigiada en el imaginario urbano y sin requerimientos de educación formal, pero con niveles de ganancia atractivos.

El ejemplo emblemático del desborde económico popular puede ser el de Moisés Flores, un emprendedor de la ciudad de El Alto que se dedica a la importación de camiones usados de alto tonelaje de Europa y dirige una empresa de transporte. Pese al éxito económico que supone manejar un parque automotor de 172 camiones, el señor Flores sigue llevando la contabilidad de su empresa en pequeños cuadernos, uno por cada camión, y, simultáneamente, mantiene vínculos con institutos financieros que le proporcionan préstamos de cientos de miles de dólares. Estos actores persisten en la informalidad a pesar de su éxito extraordinario y logran que las instituciones económicas se adapten a sus requerimientos e institucionalidad.

En un contexto de creciente globalización de los flujos económicos y de creciente participación en ellos de los comerciantes populares del hemisferio sur, la principal preocupación de los investigadores —particularmente, en África— ha sido la dificultad de estas pequeñas empresas de consolidar formas organizativas propias, prácticas de solidaridad y capital social tanto para presionar al Estado como para contrarrestar los intereses de la gran empresa (Kate Meagher, 2010, también en Neuwirth, 2011: 219). Si estas preocupaciones presuponen una debilidad y precariedad estructural de las empresas populares y una serie de prácticas insolventes, nuestra investigación nos ha proporcionado un panorama de prácticas, instituciones y estrategias que obligan a empresas e instituciones convencionales —sean esas instituciones financieras, empresas extranjeras o consumidores urbanos— a "adaptarse" a las modalidades, instituciones y necesidades del comercio popular. Es a partir de no abandonar, sino afirmar sus prácticas e institucionalidades, que el comercio popular ha logrado ensanchar los intersticios. Además, al hacerlo, los comerciantes populares han sido catapultados a una economía y legitimidad más allá de lo local.

4. Más allá del Estado

En los últimos años, el Estado ha activado una serie de prácticas de formalización y reglamentación de la economía, intentando expandir su institucionalidad hacia áreas y barrios marginales del país en donde tradicionalmente no llegaba. Esto ha generado desencuentros entre sectores gremiales e instituciones oficiales que no parecen haberse resuelto. Sin embargo, el mismo Estado[84] se ha visto obligado, en varias ocasiones, a recurrir a las instituciones de los actores populares que recurrentemente sortean su misma autoridad. Las redes de provisión y de distribución de la economía popular, su institucionalidad asentada en áreas marginales, alejadas y en las fronteras —por ejemplo, en los puertos del Norte chileno y de la China suroriental— se han revelado estratégicas para el mismo Estado boliviano[85].

Unas semanas antes de las elecciones presidenciales de 2009, para las que se aprobó la organización de un nuevo padrón biométrico, la Corte Nacional Electoral estaba desesperada ante la falta de generadores de electricidad con los que empadronar a los electores en las áreas rurales. En poco tiempo, las poderosas redes de los comerciantes populares, ligadas a los puestos fronterizos de aduana, a la Zona Franca de Iquique y a la feria 16 de Julio de El Alto, lograron proveer al Estado de los anhelados generadores sin tener que pagar impuestos o proporcionarle factura. Así, para realizar su función más básica —convocar elecciones—, el Estado se vio obligado a solicitar apoyo de estos sectores que, paradójicamente, sortean a diario la institucionalidad estatal. Los importadores que viajan a la China desde hace casi veinte años entienden palabras en mandarín

84 En esta lógica, vale la pena mencionar brevemente, para después profundizar en el Capítulo IX, la complicidad entre la institucionalidad económica de estos actores populares y el intento del Estado de recuperar su rol en la economía y consolidar su estructura sociopolítica tratando de alcanzar sectores y regiones del país alejados o excluidos. Un tipo de economía informal, con su institucionalidad "paralela", se había interpuesto tradicionalmente a las ambiciones de un Estado fuerte y legítimo.

85 Uno de las observaciones recurrentes entre los comerciantes populares es que, sin su relación comercial continua y constante con los puertos y la economía del Norte chileno, el Estado no hubiera podido plantear su demanda marítima.

e inglés y, sobre todo, conocen las maneras y reglas locales para negociar e interactuar. Este "capital cultural" se ha revelado también estratégico para el cuerpo diplomático boliviano. El ex embajador boliviano en China fue asesorado durante su investidura en el país asiático por Justina Aguilar, una "señora de pollera", originaria de la comunidad de Tiquina a orillas del lago Titicaca, que exporta lana de alpaca a China. Por medio de la señora Aguilar, el embajador tomó contacto con los círculos de las finanzas chinas y de sus representantes políticos.



Guayaramerín, Río Mamoré. Fotografía de Nico Tassi.

La versatilidad de las redes económicas del comercio popular, su capacidad de transformarse en verdaderas cadenas de aprovisionamiento y distribución a lo largo y ancho del país, los conocimientos económicos desarrollados por los comerciantes populares rebasan, por un lado, la institucionalidad de las instituciones oficiales y, por el otro lado, el proyecto de un Estado fuerte con la ambición de integrar el país desde arriba. En los mismos mercados urbanos, el poder de los gremios sustituye a las instituciones locales ya sea en los permisos de venta como en el adoquinado de la calle. En el mercado Asodimin,

de El Alto, el gremio ha comprado colectivamente el terreno —que después ha sido repartido en lotes individuales—, ha edificado el mercado, adoquinado las calles, traído los postes de la energía eléctrica y conseguido una empresa de transporte público urbano para brindar servicio a la zona. Particularmente en El Alto, la afirmación de los gremios de comerciantes supera la institucionalidad local hasta el punto de que los comerciantes de Asodimin, solo después de haber adoquinado las calles del mercado, han decidido entregarlas al gobierno municipal, poniéndole a una el nombre del presidente del gremio, enfatizando así permanentemente su control desbordante de los espacios urbanos. Estas dinámicas generan tensión palpable entre estructuras / redes populares que permiten que el país funcione y un Estado que aspira a encargarse de eso.

5. Conclusiones

Lo que nos parece interesante de estos ejemplos es cómo la institucionalidad y el sistema económico de los comerciantes populares, con su capacidad de ensanchar los intersticios y de proponerse como la "columna vertebral del país" o como un flujo líquido que "como agua del mar conecta el país" (Conversación con Justo Ramírez, 4 de junio de 2012) llegan a generar rupturas con modelos, expectativas y narrativas, ya sea de los sectores gubernamentales como de las clases urbanas profesionales. Las jerarquías socioeconómicas tradicionales parecen diluirse en este proceso de expansión no solo del comercio popular, sino de su institucionalidad, de las redes y estructuras en las que esta forma económica popular se encuentra fuertemente asentada.

Generalmente, se ha tendido a interpretar el mercado como una instancia capaz de amenazar y subvertir las organizaciones sociales tradicionales (cf. Hann y Hart, 2009). Cada mercado es global, de alguna forma, y, por ende, a menudo, entra en tensión con sistemas y formas locales de control político. Para hacer frente a esta tensión, las sociedades tradicionales han enfrentado el problema del mercado entregando la gestión de las actividades mercantiles a grupos étnicos excluidos, generando las condiciones para que los ciudadanos locales no tengan acceso al dinero, mientras que los otros no tengan acceso al poder político (cf. Simmel, 1977). En el caso del comercio

popular, la particular combinación de formas de control comercial local con la flexibilidad y extensión de sus redes y la alternancia de prácticas de resistencia, resignificación y apropiación de lo externo han facilitado dos procesos poco intuitivos. Por un lado, categorías y conceptos andinos han sido reutilizados para articularse al mercado y a los flujos globales. Por el otro lado, se ha empezado a construir una serie de otros significados socioculturales, en los términos locales, sobre el mercado y los flujos globales.

Partiendo de una posición intersticial, ganando legitimidad y apropiándose de los espacios socioeconómicos oficiales, los comerciantes populares han generado un nuevo equilibrio, desplazando paulatinamente a la clase media urbana de su posición definitoria de los rumbos, prácticas y reglas económicas del juego. Como veremos en el siguiente capítulo, hasta un gobierno de los movimientos sociales que, muy a menudo, se ha caracterizado por su cercanía y fundamentación en los sectores populares, no parece haber entendido o apreciado plenamente el sentido de estas tendencias de expansión y de la afirmación de las aspiraciones de los comerciantes populares.

CAPÍTULO IX
La relación entre comerciantes populares y Estado: otra forma de "hacer país"

Entre diversos sectores de la sociedad boliviana, se maneja el preconcepto de que el gobierno del MAS apoya incondicionalmente al sector de los comerciantes populares, a través de subvenciones, concesiones y "perdonazos". Sin embargo, el asunto reviste mayor complejidad. ¿Quiénes son los comerciantes populares? ¿Son aymaras? ¿Cuántos son? ¿Están dentro del gobierno del MAS? Muchas de estas preguntas no tienen una respuesta automática ni tampoco han podido ser respondidas en la presente investigación, que se ha centrado más bien en analizar sus prácticas económicas y comerciales para entender el proyecto económico que están gestando.

Los diferentes capítulos permiten concluir que los comerciantes populares, al margen de los imaginarios, vienen de una larga historia de exclusión y luchas contra el Estado y los resabios coloniales. En sus formas creativas de resistir, han construido una manera de "hacer país", a través de un entramado de instituciones intersticiales y redes flexibles y translocales (que se extienden incluso hasta la China). Sus prácticas microeconómicas y saberes para gestionar el comercio no son sino el resultado de un proceso de reapropiación y resignificación del capitalismo en sus propios términos.

No quiere decir ello, en modo alguno, que sean la vanguardia de los movimientos sociales ni que pretendan superar o subvertir el capitalismo. Del mismo modo que, por más que existan fenómenos de explotación laboral, tampoco se puede concluir que sean simplemente una "burguesía indígena", portadora de un proyecto de clase dominante que busca controlar los medios de producción. Su cancha de juego es otra. Al ensanchar los intersticios e integrar el territorio

nacional, abasteciendo hasta el último rincón del país, han fortalecido su legitimidad en la sociedad, han generado acumulación y han emprendido vías de emergencia social, no con el ánimo de sustituir a las viejas élites rentistas del país y ocupar sus espacios, sino más bien con el propósito de afirmarse en un ejercicio de ciudadanía "por cuenta propia", a partir del ejercicio de derechos económicos y la creación de instituciones propias.

De algún modo, los comerciantes populares procuran empleo y acceso al consumo de bienes globales a los sectores populares que vienen de una historia de exclusión. Y lo hacen en alianza con los consorcios familiares chinos (pero también paquistaníes o coreanos), en una apuesta de autonomía y globalización desde abajo que los lleva a articularse al capitalismo global a partir de sus propias prácticas económicas. Es ahí donde radica su modernidad: en combinar lo nuevo con sus tradiciones socioculturales, esto es, en viajar a China y comerciar productos tecnológicos sin renunciar a sus actividades sociales y religiosas, que, dicho sea de paso, están en la base de su estructura de poder local. Esta modernidad no es sinónimo de hibridismo, sino que responde, más bien, a la idea de *chi'xi* de Silvia Rivera, es decir, a la coexistencia de elementos antagónicos que no se funden, sino que se complementan.

Los comerciantes populares más asentados (por ejemplo, de las calles Eloy Salmón o Huyustus) mantienen una relación distante con el Estado. No tienen inconveniente en rechazar que la fiesta del Gran Poder sea declarada Patrimonio Intangible de la Humanidad con tal de que el gobierno municipal no meta las narices en sus asuntos. No piden nada al Estado para evitar injerencias. Pero la manera de "hacer país" del comercio popular interpela también la noción de estatalidad y las formas históricas de ejercer Estado en Bolivia. Frente a los proyectos centralizadores y modernizantes de sucesivos gobiernos, los comerciantes han demostrado que hay otras formas de ocupar las fronteras, construir institucionalidad e integrar el territorio. Siempre fue así, no hay nadie en Bolivia que no tenga algún tipo de vínculo con las redes de comercio popular, pero tal vez hoy el proceso de cambio impulsado por el MAS lo hace todo más visible.

Los comerciantes populares están en el corazón —aunque involuntariamente— de un modelo de crecimiento económico de "base popular" que genera mecanismos nuevos de redistribución del excedente extractivo del país. Por otro lado, la subvención al diesel, la apreciación de la moneda o la histórica permisividad al contrabando en algunas fronteras son, sin duda, medidas políticas que crean un caldo de cultivo próspero para este tipo de comercio informal. Pero también algunos sectores del gobierno insisten en aplicar gasolinazos y medidas de formalización, así como redoblar la lucha contra el contrabando. Por ello, la relación de los comerciantes populares con el gobierno del MAS es tan contradictoria como ambivalente. Muchos son parte, a ojos cerrados, de su base electoral, pero mantienen diferencias profundas con el proceso de cambio oficial. Como tantos otros sectores (cooperativistas mineros, cocaleros, transportistas…), los comerciantes populares ponen de relieve que hay una pluralidad de sujetos al interior del proceso de cambio con capacidad de generar proyectos propios. No hay uno solo, sino varios "procesos de cambio" en una relación dialéctica, con permanentes choques así como puntos de necesidad recíproca, del mismo modo que conviven también varios archipiélagos estatalistas en el seno del MAS.

Los comerciantes populares en Bolivia: rupturas e imaginarios[86]

Una primera conclusión alude a la enorme heterogeneidad del sector del comercio popular. Esta investigación se ha relacionado con un primer perfil de "comerciantes asentados" (por ejemplo, de las calles Eloy Salmón o Huyustus), quienes tienen una larga trayectoria de comercio a sus espaldas y que han construido una institucionalidad semiformal en el tiempo. También, con "comerciantes emergentes", quienes desarrollan prácticas de supervivencia y comercio al por menor que conviven con la llamada informalidad. Otro tipo interesante son los "importadores emergentes", quienes han desarrollado sus propias estrategias para desligarse de los intermediarios locales, comerciar directamente con los puertos de Chile y fabricantes chinos, y aumentar así el margen de ganancias. Esta clasificación no pretende ser representativa ni tampoco agotar los perfiles más importantes.

86 En el Anexo 1, se incluyen algunas pistas de reflexión sobre esta temática.

Valga su exposición, en todo caso, para poner de relieve las enormes diferencias e intereses existentes en el sector.

Son comerciantes populares, pero no son todos iguales. El desconocimiento de sus prácticas económicas se debe, en gran parte, a la propia voluntad de los comerciantes de invisibilizarse, como recurso histórico de subalternidad para evitar la interferencia del Estado. Pero también la persistencia de estereotipos y preconceptos ha sido decisiva a la hora de desfigurar la mirada. Los imaginarios que presentan a los comerciantes populares como capitalistas "primitivos", capitalistas "desclasados", actores comunitaristas o simplemente como pobres, impiden un análisis objetivo de sus prácticas económicas en todo su alcance y significado. ¿Están tan difundidos estos imaginarios en Bolivia? En la sociedad boliviana se advierten, al menos, tres corrientes de fondo que alimentan la recreación de imaginarios. En primer lugar, la narrativa de la modernización concibió a los actores populares en términos de inviabilidad debido a sus prácticas premodernas o inadaptadas, sus organizaciones precarias y sus conocimientos rudimentarios, que les impiden operar como actores racionales en contextos de mercados dinámicos. El discurso de la modernidad preconizaba también su progresiva desaparición e inevitable reabsorción en la clase media. Presente en varios sectores de la sociedad (desde funcionarios del gobierno, empleados de Naciones Unidas hasta pobladores periurbanos), este discurso no es exclusivo de la clase media. Responde, en última instancia, a los intereses de los actores tradicionales de la economía formal, que ven en el auge del comercio una ruptura de las jerarquías.

Pero, además, en Bolivia, el discurso de la modernidad se entrelaza con las percepciones de colonialismo interno, que definieron históricamente el lugar del indio separado del espacio del blanco y que impiden a los sectores indígenas y subalternos ser y hablar porque se ven desplazados por categorías interpretativas (y raciales) preestablecidas. La última corriente se refiere a las visiones normativas que han primado en los estudios clásicos de informalidad en toda la región andina. Estos estudios definieron a los actores informales por lo que no eran y deberían ser (formales) y se olvidaron de analizar lo que eran en realidad.

Como se ha sugerido, los comerciantes populares han protagonizado importantes rupturas en la sociedad boliviana, respecto del orden republicano heredado de la colonia. Para empezar, han demostrado que no son improvisados, desestructurados ni precarios. Su nivel de organización y logística no es nada desdeñable y, más que residual, constituye un sector primordial en la economía. También, se han saltado el axioma de los estudios como instrumento básico de ascenso social. Sus historias de vida revelan que no es necesario tener título universitario para prosperar económicamente y, lo que es más importante, sugieren, además, que sus saberes (históricos, territoriales y memorísticos) no tienen nada que envidiar al mejor manual de *management*. Y, por último, han roto también esa idea tan republicana de que las poblaciones indígenas estaban predeterminadas a integrarse linealmente en la clase media para poder consolidar el proyecto nacional. No son pocas rupturas. ¿Qué relación guardan entre sí estas rupturas con los imaginarios? ¿Los combaten o terminan, incluso, por fortalecerlos?

Un entramado abigarrado de instituciones intersticiales y tradicionales como ancla y plataforma para el comercio

Los comerciantes populares tienen una larga tradición de construir institucionalidad en los intersticios, por ejemplo, en áreas fronterizas, espacios de ambigüedad normativa, fronteras sociales o zonas dispersas del área rural. Se caracterizan por la débil presencia del Estado o el escaso interés que han merecido históricamente de las clases dominantes o de las empresas formales. Esta práctica surge como estrategia frente a una larga historia de exclusión política, social y económica, y forma parte del código ontogenético de los sectores populares. Las instituciones asentadas en los intersticios se conforman de negocios familiares, redes de parentesco, cadenas propias de distribución y provisión, entre otras.

Los comerciantes populares articulan estas instituciones intersticiales y se superponen con otras instituciones tradicionales, tales como fraternidades, redes de préstamo colectivo, organizaciones gremiales, barriales, juntas de vecinos o tribunales de honor. El resultado de esa articulación es un entramado o superposición de instituciones intersticiales y tradicionales, que se permean unas con otras, dando

lugar a un tipo de institucionalidad abigarrada cuya funcionalidad resulta poco comprensible a los ojos de los agentes externos.

Esta institucionalidad abigarrada cumple un amplio abanico de funciones económicas: regula el acceso a mercados de la competencia, controla rutas y espacios comerciales, interviene para litigar diferencias y manejar conflictos, gradúa la visibilidad de los negocios (adoptan grados variables de formalidad) y permite, por último, lidiar con los flujos globales de la economía en términos locales. ¿Es ésta acaso la estructura precaria y premoderna que perfilan los imaginarios? Además, la institucionalidad del comercio popular sirve también para otros fines que trascienden la esfera puramente económica, al constituirse en canal para construir y expresar ciudadanía, pertenencia e identidad.

Redes flexibles y translocales para poder articular plurimercados

Sobre la base de esta institucionalidad local (de carácter gremial), los comerciantes populares operan múltiples redes verticales (con proveedores y distribuidores), pero también transversales (con banca, transportistas y grandes importadores). El resultado es un tejido de redes translocales que poseen carácter capilar y una extraordinaria flexibilidad. En la práctica, esta forma de tender cadenas de aprovisionamiento y distribución permite consolidar formas de control de las áreas intersticiales, marginales y alejadas del país, que fueron tradicionalmente desatendidas por el Estado y las clases dominantes y también permite a los actores económicos locales insertarse en el flujo del comercio global. El cemento de las redes son las relaciones de lealtad y beneficio mutuo (no por ello idílicas ni exentas de desigualdad). Los comerciantes populares establecen relaciones de "caseros" con sus cadenas de aprovisionamiento y redistribución, hacia arriba y abajo. Aunque se dé en términos desiguales, esta lógica de "caseros" sirve para resignificar el acto de la compraventa (instrumental desde la óptica de la economía formal) en una vía privilegiada de inversión en capital social.

En el marco de la globalización, la movilidad se ha ampliado a partir del acceso a tecnologías de comunicación y transporte y las alianzas translocales transcienden el ámbito nacional, generando

articulaciones con diversos actores económicos globales, desde los consorcios familiares de productores chinos a los revendedores brasileros. Se consolidan así espacios sociales transfronterizos que articulan diferentes y diseminadas esferas globales. Estos actores tienden a actuar "fuera del radar de la ley", en los intersticios legales de la globalización, esquivando tanto los estándares y las reglas comerciales como las leyes de propiedad intelectual.

Esta particular estructura socioeconómica, basada en una formidable combinación de estructuras sólidas y redes flexibles, está en la base de las prácticas de los comerciantes populares. No en vano comparten una concepción del mercado a partir del control del territorio, la movilidad espacial y el tejido de redes extensas. De este modo, operan simultáneamente en plurimercados, esto es, en mercados discontinuos en el tiempo (como las ferias), pero también dispersos en el espacio físico (como las comunidades rurales del altiplano o los poblados perdidos en la Amazonia) y social (puntos de venta distintos para aprovechar las diferencias de poder adquisitivo entre capas sociales).

La movilidad espacial está ligada a una estrategia de diversificación tan heterogénea como asombrosa, que incluye el manejo simultáneo de múltiples rubros, la rotación constante de rubros y productos, así como la combinación de actividades comerciales y productivas. Esta manera de moverse por el territorio para atender a diferentes plurimercados ha desencadenado un perfil del comerciante multifuncional, que incluye desde revendedores multiproducto a vendedores con alta rotación de productos o importadores emergentes de pequeña escala.

Las prácticas macroeconómicas y saberes del comercio popular como forma de reapropiación y resignificación del capitalismo

Muchas de las dinámicas del comercio popular recuerdan a las lógicas de la economía campesina e indígena, que fueron ampliamente estudiadas en los años 1970 y 1980. La articulación entre familia y negocio, el control vertical de una variedad de pisos ecológicos, el rol de los hijos, la diversificación o la ligazón del negocio al ciclo vital de la familia son tan solo algunos ejemplos. Las prácticas

microeconómicas que los comerciantes populares han desarrollado para gestionar sus negocios dan cuenta de una profunda articulación entre negocio y familia. Las redes familiares y de parentesco desempeñan un rol crucial en todos y cada uno de los ámbitos de gestión del negocio, tales como la gestión de compras, los canales de aprovisionamiento y distribución, los estudios de mercado, la gestión de almacenes, la contratación de personal, el manejo del punto de venta, la promoción comercial, el apalancamiento financiero (acceso a crédito), la gestión de liquidez (manejo de caja chica), la gestión administrativa, la reinversión de utilidades o la diversificación del negocio. Por ejemplo, los comerciantes populares tienen una gran capacidad de leer el mercado, pero no a partir de costosos estudios de mercado, sino de conocer muy bien el territorio y de retener conocimientos memorísticamente (acerca de costos, discrepancias de precios y puntos de venta). Para sondear la competencia, es frecuente recurrir a ahijados y sobrinos que buscan la manera de averiguar precios y cantidades disponibles a la venta.

El arraigo de estas prácticas sugiere la necesidad de repensar categorías y conceptos económicos en uso para poder analizar la realidad del comercio popular. Los bajos niveles de contabilidad sistemática y formal en los negocios, por ejemplo, son habitualmente compensados por mecanismos de control social desde la red familiar, hasta el punto que la expansión del negocio se ve ligada al ciclo vital de la red familiar y tiene un techo natural: aquél a partir del cual la familia ya no puede controlar física o financieramente el negocio. Los mismos comerciantes populares hacen referencia a dos tipos de capitales en la gestión del negocio: el "capital plantado" y el "capital rotatorio". El primero denota el capital que está "agarrado" a un espacio físico específico, como la misma tienda o las mercaderías. En cambio, el "capital rotatorio" surge del "goteo" repetido del capital plantado —producto de las ventas— y es utilizado para reinvertir o financiar viajes destinados a comprar más mercadería. De este modo, la gestión del negocio se basa también en la búsqueda de equilibrio entre formas de "anclaje" y "circulación". "Anclar" el dinero a un espacio físico se revela como dinámica necesaria para producir formas de acumulación. Sin embargo, la mercadería o plata que se queda demasiado tiempo inmóvil se puede "dormir" y tener efectos incluso nocivos para el comerciante.

Otro ejemplo se refiere a la manera de concebir economías de escala. A menudo, los comerciantes se asocian para compartir costos de transporte, el espacio de un *container* o hacer pedidos conjuntos para acceder a descuentos. Aunque parezca contradictorio, también es posible encontrar prácticas de economías de escala en la diversificación. En el seno del negocio familiar, los hijos y parientes más próximos desempeñan un importante rol para abrir vías de diversificación y, en ocasiones, incluso para emprender un salto cualitativo del negocio. Al hacer uso de las mismas redes de los padres, la especialización o expansión de los hijos hacia otra rama comercial es capaz de generar economías de escala en forma de ahorro en gastos de viaje y optimización del capital social y también desafía las apariencias del modo en que los negocios se articulan hacia dentro. De hecho, las prácticas de los comerciantes populares están impregnadas de una fuerte tensión colectiva-individual, entre la lógica del gremio o la familia y la lógica del operador individual. No es poco frecuente la convivencia de negocios separados entre padres e hijos en el marco de un mismo entramado institucional.

En términos económicos, este conjunto de saberes y prácticas constituye una fuente inagotable de flexibilidad operativa y otorga a los comerciantes populares claras ventajas comparativas frente a los actores de la economía formal. Con todo, la racionalidad subyacente del comerciante popular no es tanto maximizar el beneficio como expandir su negocio en una lógica de acumulación dinámica, en el nivel de volumen, rubros, mercaderías, territorio, entramado de relaciones o capital social. Esta dinámica conecta con la cosmovisión aymara de la abundancia: a mayores ventas, mayor reabastecimiento, mayor *stock* de mercaderías, mayores compradores y, por tanto, mayor bonanza. Y da lugar a una lógica de acumulación-abundancia diferente al patrón capitalista burgués. En definitiva, todas y cada una de las prácticas descritas revelan que los comerciantes populares se han apropiado y resignificado el capitalismo a partir de sus propios códigos socioculturales, construyendo así un camino propio para acceder al mercado.

Los rebalses del comercio popular hacia el sector productivo: ¿puede ser la economía de "base popular" también una economía de "base ancha"?

La investigación ha permitido concluir que los rebalses del comercio popular se orientan fundamentalmente hacia el propio negocio comercial con una fuerte lógica de diversificación, ya sea en términos de rubro, producto, mercado o a través de parientes. El patrón de inversión más común de los comerciantes populares se centra en la acumulación de capital social (redes) y capital circulante (mercaderías), y no tanto de capital físico (locales y mobiliario). Sin embargo, los gremios pueden acometer grandes inversiones en capital fijo de forma colectiva, como es el caso del reciente mercado Asodimin en El Alto. Las inversiones en capital humano van destinadas principalmente a los estudios (universitarios) de los hijos/as. Sin embargo, la conclusión de los estudios con éxito (en especial, en el caso de las hijas) tampoco es garantía de acceso al mundo profesional, debido a que existen aún barreras de entrada para los sectores populares. En ese contexto, los jóvenes egresados prefieren no renunciar al rédito seguro brindado por la familia y terminan articulándose a la tienda comercial, buscando grados de autonomía para diversificar las fuentes de ingreso.

Pero también las ganancias del comercio popular rebalsan a otros negocios como los alojamientos por horas, la construcción de edificios (los famosos "chalets" alteños) y la compra de tierras, tanto en áreas rurales como urbanas. Algunos comerciantes populares tienen el anhelo de promover un sector productivo desde abajo, a partir del desarrollo de ramas de industria ligera, existiendo ya experiencias incipientes. En este sentido, se han detectado experiencias iniciales de rebalse del sector del comercio popular hacia emprendimientos productivos afines, tales como plantas de ensamblaje (de memorias USB, torres de computadoras o videojuegos) o plantas de envasado de verduras (destinadas a la exportación hacia el Perú). De hecho, el sector comercial popular tiene múltiples nexos con las industrias de pequeña escala en El Alto.

Se trata de una línea de investigación que requiere ser explorada más en detalle en nuevos estudios, debido a las implicaciones que

dichos hallazgos pueden tener para la economía nacional y el modelo de desarrollo. La existencia de rebalses dinámicos hacia el sector productivo matizaría, de algún modo, los análisis pesimistas de la economía boliviana que alertan de los males de la "enfermedad holandesa" y señalan la existencia de un vacío en el sector secundario industrial. Frente a la economía de "base ancha", propugnada desde el PNUD, el modelo de crecimiento económico de "base popular" comporta formas novedosas de redistribuir y aprovechar el excedente extractivo, a través del comercio popular, con efectos de derrame en el conjunto de la economía que no han sido suficientemente estudiados. ¿Se trata de un fenómeno sostenible en el tiempo? ¿Ejerce el sector del comercio popular una fuerza motora en la economía superior al potencial del sector formal exportador?

Ensanchando intersticios: la legitimidad y emergencia social de los comerciantes populares

La combinación de estructuras consistentes (anclaje) con redes flexibles (circulación) y prácticas y saberes propios (cabeza) constituye la fórmula del éxito del comercio popular, pero también explica su enorme movilidad y capacidad de trascender de escala. Los comerciantes populares no solo han aprovechado los intersticios, sino que han apostado, además, por ensancharlos, y es ahí donde radica la principal novedad y su principal fuente de legitimación frente a los circuitos de la economía formal. La apuesta por ensanchar intersticios tiene varias dimensiones, desde una extensión de la institucionalidad y las relaciones hacia sectores de la economía formal (banca, importadores) a una apertura del radio de acción hacia capas del mercado consideradas como prerrogativa de las clases medias, incluyendo también una expansión geográfica hacia China.

Lo interesante de este proceso de expansión es haber logrado que diversos actores externos se vean en la necesidad de adaptar sus prácticas a las lógicas de la economía popular. Instituciones financieras, empresas privadas extranjeras o el mismo Estado han tenido que redefinir sus procedimientos para entablar relaciones de "casero" y compadrazgo con los comerciantes populares y/o para acceder a cadenas semiformales de distribución. Por este motivo, el proceso de ensanchar intersticios comporta varios efectos transformadores:

cambia quién pone las reglas del comercio, diluye las jerarquías socioeconómicas en términos dicotómicos (dominantes-marginados, expertos-ignorantes) y, por último, conduce a la legitimación del comercio popular frente a los circuitos de la economía formal.

Uno de los resultados más asombrosos de esta apuesta institucional ha sido la transformación de espacios urbanos marginales en espacios de afirmación y fermento económico. Tal vez el ejemplo más ilustrativo sea el mercado de la calle Huyustus, instalado en su día en el lecho de un río pestilente en una zona depauperada de La Paz, que ha terminado convertido en un importante polo comercial, además de haberse revalorizado en términos económicos. O el mercado de electrodomésticos y tecnología de consumo de la calle Eloy Salmón, también en La Paz, que ha terminado atrayendo el interés de la gran empresa y la afluencia masiva de una clase media urbana que, en un inicio, lo había menospreciado.

A diferencia de la lógica gregaria de las elites rentistas bolivianas, los comerciantes populares no han optado por constituirse en socio local del capital extranjero. De igual modo, sus negocios se han consolidado sin apoyo del Estado (a veces, incluso a su pesar) ni del sector empresarial nacional. Además, sus instituciones, especialmente las de los llamados comerciantes asentados, son ajenas al control del Estado así como a las influencias políticas del MAS. No tienen franquicias ni subsidios de nadie, lo que les confiere un margen de autonomía e independencia en un contexto de competencia en el mercado capitalista.

Por otro lado, las prácticas de emergencia social de los comerciantes populares responden a códigos radicalmente diferentes a los de las élites rentistas tradicionales. Tienen prácticas propias para expresar estatus y riqueza (no necesariamente a través de la residencia o el automóvil), se visibilizan en fiestas que ocupan las calles (no se encierran en condominios o clubes privados), han desarrollado formas paralelas de ascenso social (sin cursar estudios universitarios), reinvierten y consumen fuertemente en el país (no van a Miami de vacaciones) y promueven estructuras económicas internas y negocios independientes (no subsidiarios del capital transnacional). ¿Constituyen los comerciantes populares una nueva

clase media no burguesa? ¿Es el rechazo a los códigos burgueses una forma de resistencia o se trata, más bien, de una forma consciente de emergencia social?

La construcción creativa de una ciudadanía "por cuenta propia" como ejercicio de afirmación de derechos económicos

Como ya se ha señalado, estas instituciones, alianzas, redes y prácticas acuñadas por los comerciantes populares son resultado de un largo proceso histórico de exclusión urbana. No hay que olvidar que algunos comerciantes sostienen que su negocio no es sino fruto de una lucha contra el Estado y las élites dominantes. Pero, en esa lucha, no sólo desplegaron estrategias de resistencia y adaptación, sino que adoptaron también una actitud proactiva frente al contexto adverso. El resultado de este proceso creativo de resistir y construir ha sido la apropiación selectiva de instituciones dominantes en muy diferentes ámbitos, y su resignificación de acuerdo con sus códigos socioculturales. La apropiación de la Constitución Política del Estado de 2009 (para reconocer y ejercer derechos laborales), de ciertos grados de formalidad (con el propósito paradójico de eludir así el control del Estado), de determinados principios del neoliberalismo en un contexto de Estado nacionalista (tales como la flexibilidad de costos), de las instituciones financieras o de la misma globalización (para tejer alianzas Sur-Sur en un esquema de globalización desde abajo) son tan solo algunos ejemplos.

Los comerciantes populares han ensanchado la noción de ciudadanía desde el reconocimiento de los derechos civiles y políticos hacia el ejercicio pleno de los derechos económicos, ligados al empleo o el acceso al consumo de productos "globales". La legitimidad social de los comerciantes populares se asienta precisamente en su capacidad para canalizar el ejercicio de esos derechos económicos entre las clases populares. Y han ensanchado también el concepto y práctica de empleo, que no responde necesariamente al imaginario de trabajo asalariado por cuenta ajena o al juego de la oferta y demanda ni posee carácter individualizado, sino que más bien está ligado a la pertenencia a una red de parentesco que garantiza remuneración y otros beneficios sociales. Dicho de otro modo, la inserción de los comerciantes populares en la sociedad se produce a partir del control

de los "medios de producción" (en este caso, canales de aprovisionamiento y espacios comerciales), lo que les permite trascender el estatus de meros beneficiarios de políticas estatales. Se trata de un cambio profundo, ya que antes era el Estado el actor que garantizaba la ciudadanía por medio del voto universal o la gestión de la justicia (derechos civiles y políticos). Ante la imposibilidad del Estado de garantizar los derechos económicos, son los propios actores populares (a través del comercio) los que acuñan las instituciones necesarias para poder ejercerlos y así lograr reafirmación.

A diferencia de otros sectores de la economía popular boliviana (cocaleros, cooperativistas mineros), este ejercicio de ciudadanía "por cuenta propia" no comporta la proyección de un proyecto político explícito de tintes partidarios o corporativos. Tampoco ha articulado intelectuales orgánicos para desarrollar un proyecto ideológico. Su principal estrategia es mantenerse a una distancia prudencial del Estado para evitar la interferencia en sus negocios. Los comerciantes populares más asentados han abandonado definitivamente la cultura política basada en el pliego petitorio, no buscan negocios rentistas con el Estado ni tampoco la focalización de inversiones públicas para su sector. Ello legitima su posición de autonomía respecto al Estado. Los comerciantes populares necesitan un Estado que "deje hacer" y lo que buscan del gobierno, en todo caso, es un reconocimiento recíproco.

La globalización desde abajo: una apuesta por articularse a la modernidad y al capitalismo global en términos propios

Pero tal vez la iniciativa más audaz de los comerciantes populares haya sido la alianza con los consorcios familiares de productores chinos para satisfacer las necesidades de los nuevos consumidores populares. En el marco de la globalización, esta alianza posee un fuerte poder emancipatorio para los comerciantes populares, ya que amplía su movilidad y les otorga un importante margen de autonomía. Pero, además, la alianza trasciende la dimensión puramente económica o comercial para abarcar otras dimensiones sociales y culturales, como la participación en prestes o la reproducción de elementos chinos en la coreografía de la morenada. Es el caso también de los expedidores de flete (*forwarders*) chinos, que se encuentran

"comprometidos" en unas relaciones de "caseros" e intercambio de favores no pedidos con los comerciantes bolivianos. Esta relación de asociación que integra lo económico en un universo social y cultural más amplio da cuenta de un proceso de apropiación y resignificación de la globalización económica en sus propios términos.

Estas prácticas de globalización desde abajo han logrado, además, romper con los preceptos normativos (históricos) de lo que significa ser un "ciudadano moderno". Se han constituido así en una vía privilegiada para construir un modelo propio de "modernidad", diferente a la modernidad occidental de las élites bolivianas tradicionales, pero también a la modernidad inclusiva del MAS. Uno de los elementos medulares de esta modernidad "popular" pasa precisamente por reconocer la compenetración o, mejor dicho, consanguineidad entre la esfera social y económica, a diferencia de la modernidad occidental, que requiere el divorcio de estos dos ámbitos de la vida como condición necesaria para poder acceder a ella. La modernidad popular se diferencia de una conceptualización de lo moderno como un corte radical con todo lo que es identificado con la tradición y el pasado, lo que brinda a la idea de modernidad un supuesto de necesaria ruptura y emancipación de estructuras sociales locales opresivas como también de creencias supersticiosas.

Esto lleva a los comerciantes populares a una asombrosa capacidad de recrear y resignificar como manera de construir modernidad desde dentro, y no adoptando modelos o proyectos externos desde fuera. En otras palabras, los comerciantes populares mantienen una continuidad de prácticas, si bien encarnándola en nuevos artefactos. Lo que dialoga con la modernidad son los artefactos materiales, pero no las prácticas. La misma costumbre de *ch'allar* las fuentes de producción permanece, pero de forma evolucionada: en lugar de llamas, lo que se *ch'alla* ahora es la tienda de pantallas LCD fabricadas en China. En este nuevo contexto, los *yatiris* dirigen ahora sus esfuerzos a pronosticar el desempeño de las inversiones comerciales o a resolver los casos de robo de mercaderías.

No buscan consejos económicos de expertos ni asistencia técnica de la cooperación internacional. Son ahora los propios empleados de la banca o empresarios formales los que buscan sus consejos para

saber cómo y en qué negocios invertir para mover el capital. Pero no sólo ellos; también los funcionarios públicos quieren servirse de sus conocimientos e institucionalidad intersticial en aquellos lugares donde el Estado tiene escasa presencia y no puede desempeñar sus funciones. Todo ello supone, de algún modo, su reconocimiento implícito como actores portadores de nuevos valores. ¿Es la globalización desde abajo una vía privilegiada para reformular la modernidad en Bolivia? ¿Qué tipo de modernidad se adapta mejor a la realidad boliviana?

Con todo, la apuesta de los comerciantes populares no es superar ni subvertir el capitalismo. Tampoco la de ser vanguardia de los movimientos sociales ni propuesta alternativa de economía solidaria. De hecho, los negocios de los comerciantes populares no están exentos de fenómenos de explotación laboral, pero tampoco por ello se erigen en una "burguesía chola" o una "burguesía de raigambre indígena", portadoras de un proyecto de clase dominante destinado a controlar los medios de producción. Su camino es otro: vienen de una larga historia de exclusión y sus negocios constituyen una forma de afirmación en términos de ciudadanía "por cuenta propia", así como de consolidar un proyecto económico anclado a la realidad del país.

Los comerciantes populares interpelan la noción de estatalidad y las formas históricas de ejercer Estado en Bolivia

La ciudadanía por "cuenta propia" de los comerciantes populares está estrechamente ligada a un concepto y práctica propia de patria-nación (muy diferente al de las élites rentistas tradicionales). La conformación de negocios autónomos e independientes que limitan el acceso del capital transnacional, el control de zonas francas y rutas comerciales frente a operadores extranjeros, el ensanchamiento de intersticios, el tendido de las cadenas internas de distribución hasta el último rincón del país, la apuesta constante por reinvertir en la economía nacional, los rebalses hacia otros sectores económicos y la generación de empleo constituyen dinámicas del comercio popular que trazan una práctica propia de país desde abajo. Dicho de otro modo, la institucionalidad del comercio popular no constituye un proyecto subversivo de corte anti-estatal ni anti-capitalista, pero

propone otra forma de "hacer país" que se retroalimenta continuamente en términos de comercio, consumo y trabajo.

Esta forma de "hacer país" interpela profundamente, de hecho, la noción de estatalidad y las formas de imaginar y construir institucionalidad estatal en Bolivia. A lo largo de la historia, no han sido pocos los gobiernos nacionales que impulsaron proyectos centralistas de modernización, ya sea de inspiración estatal o neoliberal, cuyos planes no lograban pasar del papel membretado y encarnarse en la realidad concreta del país. Este Estado desarrollista concibe el territorio a partir de la activación de polos de desarrollo ligados a grandes megaproyectos (financiados con capital estatal o privado) y la articulación de los sectores informales en torno a esos proyectos motores. ¿Cuántas veces logró operar? Lo que históricamente funcionó, contra viento y marea, es la economía popular, el principal sostén del país. Y con una presencia y capacidad de integración territorial fuera del alcance de muchas instituciones estatales.

La experiencia de los comerciantes populares cuestiona también los cimientos de una agenda de ciudadanía conducida desde el Estado, a través de la promoción de políticas de lucha contra la pobreza y/o programas de bonos sociales. Como ya se ha apuntado, los comerciantes reivindican autonomía y libertad de movimientos, antes que ayudas e inversiones públicas. Y no es el único sector popular que cuestiona el patrón de inclusión social del Estado. En el Diálogo Nacional de 2005, tendente a reformular la Estrategia Boliviana de Reducción de la Pobreza, el Comité de Enlace de Pequeños Productores planteó la necesidad de acceder a las compras del Estado. El gobierno de Carlos Mesa promulgó la tarjeta empresarial y el Decreto "Compro Boliviano", pero nunca se logró modificar el Código de Comercio para que los pequeños productores pudieran acceder a licitaciones públicas.

No son hechos muy conocidos, pero el Estado boliviano ha recurrido en varias ocasiones a la institucionalidad creada por los comerciantes populares para cumplir sus funciones más básicas, como son celebrar elecciones o establecer misiones diplomáticas en el exterior. Es el caso de los servicios prestados por una importadora de la feria 16 de Julio a la Corte Nacional Electoral para traer una

cantidad significativa de generadores eléctricos en tiempo récord, con los que poder culminar el empadronamiento biométrico previo a las elecciones presidenciales de diciembre de 2009, o el caso también de comerciantes populares que asesoraron a la oficina diplomática boliviana en China sobre cómo entablar relaciones con los principales actores del país.

Los comerciantes populares guardan una relación dialéctica y ambivalente con el proceso de cambio oficial conducido por el MAS

El proceso de cambio del MAS apuesta por recuperar el Estado nacional productivo de 1952, a través de varias vías de intervención: i) grandes inversiones en infraestructura para vertebrar el país; ii) industrialización de recursos naturales; y iii) megaproyectos estatales en el sector productivo. El otro pilar reside en promover ciudadanía a partir de un rico abanico de instrumentos redistributivos (bonos sociales, redistribución del IDH a gobiernos departamentales y locales, aumento de la inversión pública y nacionalización de empresas para mejorar el acceso a servicios básicos). En definitiva, el proceso de cambio oficial tiene elementos de un proyecto de modernización tradicional con una fuerte vocación inclusiva.

Sin duda, los comerciantes populares se han beneficiado del proceso de cambio piloteado por el MAS, ya sea a través de un contexto macroeconómico favorable o de un modelo de crecimiento económico de "base popular" que generó importantes efectos de derrame. Pero, no todo es una taza de leche. Al igual que los comerciantes, el Estado tampoco es uniforme, sino que en su interior conviven varios archipiélagos. Hay un sector "pragmático modernizante" al interior del gobierno del MAS que tiene un desdén marxista hacia los comerciantes, percibidos como agentes especuladores, frente al sacrificado productor y proletario que aporta a la economía real produciendo bienes tangibles. Desde visiones normativas, este sector insiste en aplicar medidas contrarias a los intereses de los comerciantes, tales como la subida de la gasolina, medidas de formalización, así como estrategias activas de lucha contra el contrabando (mediante recompensas por denuncia de bienes ilícitos sin garantías constitucionales). La lucha contra el contrabando se revela así parte

esencial de una economía que pretende ser moderna, recaudar impuestos y aumentar el músculo financiero del Estado para invertir y redistribuir.

Por ello, los comerciantes populares tienen una relación tan contradictoria como ambivalente con el gobierno del MAS. La mayoría es parte, a ojos cerrados, de su base electoral, pero en el nivel gremial mantienen diferencias profundas con el proceso de cambio oficial en temas medulares, como son la propuesta de modernidad, las prácticas de globalización, la concepción del territorio y la visión de ciudadanía. La modernidad inclusiva propugnada desde el MAS es profundamente normativa y lee la globalidad a partir de un proyecto gubernamental de fortalecimiento del Estado. En cambio, la visión de modernidad de los comerciantes populares se asienta en la movilidad y globalización desde abajo. Si bien es cierto que la propuesta de gobierno del MAS difiere radicalmente de los planes de gobiernos anteriores, entre los sectores gremiales pervive la percepción del Estado como el otro del que hay que protegerse.

El papel protagónico de China en la inserción de Bolivia en la globalización económica es también contradictorio: por un lado, el gobierno mantiene una alianza con China desde el ámbito gubernamental (en el nivel de empresas estatales) y, por otro, los comerciantes populares han tejido, desde abajo, una tupida red con los consorcios familiares chinos (alianzas de actores populares). ¿Son lógicas de globalización en diferentes escalas o se trata más bien de lógicas diferentes de participar en la globalización? El gobierno del MAS concibe el territorio a partir de grandes polos de desarrollo, mientras que los comerciantes populares ocupan vastos territorios dispersos. La propuesta del MAS de ciudadanía liderada por el Estado difiere de la práctica de ciudadanía "por cuenta propia" de los comerciantes populares. Sin embargo, los dos proyectos apuestan por una expansión de su propia institucionalidad (es conocida la política del gobierno de generar institucionalidad en las fronteras deshabitadas del país), lo que augura puntos ya sea de rivalidad o de convergencia. ¿Se trata de proyectos irreconciliables desde abajo y desde arriba? ¿Es posible la convergencia de un proyecto político-económico desde arriba con otros proyectos político-económicos y "procesos de cambio" que surgen desde abajo?

Como tantos otros sectores (cooperativistas mineros, cocaleros, transportistas…), los comerciantes populares ponen de relieve que hay una pluralidad de sujetos al interior del proceso de cambio con capacidad de generar proyectos propios. No hay uno solo, sino varios "procesos de cambio" en una relación dialéctica, con permanentes choques y puntos de necesitarse el uno al otro. El gobierno es consciente de ello. Quisiera dirigir y conducir el proceso de cambio, pero sabe que no lo puede hacer. En ocasiones, da la impresión que el cordón umbilical que mantiene el gobierno del MAS con las organizaciones sociales y sectores populares es más bien una consecuencia de la imposibilidad de imponer un proyecto político-económico desde arriba a diversos sectores sociales con legitimidad social y/o capacidad de movilización.

Los comerciantes populares saben que es mejor resistir las agresiones del sector "pragmático modernizante" del gobierno, obligando al MAS a una política de tira y afloja. A las medidas ejemplarizantes y mediáticas de lucha contra la informalidad y el contrabando, se han sucedido sonoras rectificaciones, convirtiéndose éstas en práctica habitual en la segunda gestión del MAS. Estos constantes titubeos y marcha atrás en materia de política comercial no son sino la expresión de dos proyectos político-económicos diferentes. La confrontación dialéctica entre varios "procesos de cambio", desde la oficialidad y desde los sectores populares y organizaciones sociales, abre la puerta a formas plurales de institucionalidad y gestión económica. ¿Es la dialéctica entre Estado y comerciantes populares la expresión de formas de pluralismo legal, económico e institucional? ¿Ofrece la economía popular un campo fértil para el desarrollo de la "economía plural"?

La incomprensión de esta dinámica política, basada en la dialéctica de proyectos, la correlación de fuerzas y la gestión de constantes conflictos sociales hace sentirse desplazado a todo un sector profesional de la clase media urbana del nuevo contexto político-económico. Este sector percibe desorden, caos, falta de planificación y de seguridad jurídica donde, desde otra cultura sociopolítica, lo que se mira es asentamiento de otras formas de institucionalidad, así como esquemas de negociación permanente (a partir de conflictos sociales). En este sentido, el proceso de cambio, más o menos voluntariamente,

ha puesto en juego nuevos esquemas y prácticas de planificación del desarrollo (que no son nítidos, no están contenidos en un documento escrito ni referidos a un marco plurianual). La dinámica política basada en la dialéctica y la correlación de fuerzas requiere la existencia de proyectos político-económicos definidos y dotados de una mínima institucionalidad. La clase media urbana no dispone de un proyecto claro y sus instituciones son muy dispersas, lo que le dificulta participar en la nueva cancha política de juego.

Bibliografía

Abercrombie, Thomas

1998 *Pathways of Memory and Power: Ethnography and History among an Andean People*. Madison, Wisconsin: University of Wisconsin Press.

Acosta, Alberto

2009 *La maldición de la abundancia*. Quito: CEP/Abya Yala/Swissaid (disponible en http://www.cepecuador.org/document/Lamaldiciondelabundancia.pdf).

Alba Vega, Carlos

2012 "Local Politics and Globalization from Below: the Peddler Leaders of Mexico City's Historic Center Streets". En: Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega (coords.). *Globalization from Below: The World's other Economy.* Londres y Nueva York: Routledge. 203-220.

Albó, Xavier

1975 *La paradoja aymara: solidaridad y faccionalismo*. La Paz: CIPCA, Cuadernos de Investigación 8.

2006 "El Alto, la vorágine de una ciudad única". *Journal of Latin American Anthropology* 11(2), 329-350.

Albó, Xavier, Tomás Greaves y Godofredo Sandoval

1981 *Chukiyawu: La cara aymara de La Paz. El paso a la ciudad*. La Paz: CIPCA.

Allen, Catherine J.
1988 *The Hold Life Has: Coca and Cultural Identity in an Andean Community.* Washington y Londres: Smithsonian Institute Press.

Arellano, Rolando y David Burgos
2010 *Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe...* Lima: Planeta.

Arguedas, Alcides
[1909]1937 *Pueblo enfermo*. Santiago de Chile: Ediciones Ercilla.

Arias, Iván
2011 *El estado de las empresas del Estado*. La Paz: Fundación Milenio, Coloquios económicos Nº 23 (disponible en www.fundacion-milenio.org/Descargar-documento.html?gid=288).

Arnold, Denise y Christine Hastorf
2008 *Head of State. Icons, Power and Politics in the Ancient and Modern Andes*. Walnut Creek, California: Left Coast Press.

Arnold, Denise y Alison Spedding
2009 "La región altiplano como espacio económico". En: D. Arnold *et al*. (comps.). *Altiplano.* La Paz: UNIR, 119-156.

Asociación de Bancos Privados de Bolivia (ASOBAN)
2012 "77,4% de la cartera y 70% de los depósitos de la banca están en moneda nacional", Asociación de Bancos Privados de Bolivia, Nota de Prensa, 29 de octubre (disponible en http://www.asoban.bo/).
2012 "46,9% del total de la cartera bancaria beneficia a PYMES y micro empresas: este importante sector ha recibido $us 3.408 millones en créditos", Asociación de Bancos Privados de Bolivia, Nota de Prensa, 17 de septiembre (disponible en http://www.asoban.bo/).

Aspilcueta, Marco
2007 "Migración y empresarialidad urbana: comerciantes aymara en Lima". *Debates en Sociología* 32. (disponible en http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/2558) (12/02/2013).

Assadourian, Carlos Sempat
1982 *El sistema de la economía colonial. Mercado interno, regiones y espacio económico*. Lima: IEP.

Ávila Molero, Javier
2000 "Los dilemas del desarrollo: antropología y promoción en el Perú". En: Degregori, C.I. (comp.). *No hay país más diverso*. Lima: PUCP, UP, IEP. 413-442.

Banco Mundial
1997 "Social capital: The Missing Link?". En: *Expanding the Measure of Wealth: Indicators of Wealth: Indicators of Environmentally Sustainable Development*. Washington: Banco Mundial. Environmentally Sustainable Development Studies and Monographs Series, Nº 17.
2000 *New Paths to Social Development: Communities and Global Networks in Action*. Washington: Social Development Department.
2012 *Doing Business in a more transparent world. Economy Profile: Bolivia*. Washington: Banco Mundial (disponible en http://espanol.doingbusiness.org/~/media/giawb/doing%20business/ documents/profiles/country%20old/BOL.pdf).

Barragán, Rossana
1982 *Etnicidad y verticalidad ecológica de Sicasica, Ayo-Ayo y Calamarca (Siglos XVI-XVII).* La Paz: MUSEF.
1990 *Espacio urbano y dinámica étnica: La Paz en el siglo XIX*. La Paz: Hisbol.
1997 "The Spirit of Bolivian Modernity. Citizenship, Infamy and Patriarchal Hierarchy". *Economic and Political Weekly* 32(30): 58-66.

Baumann, Zygmut
2000 *Liquid Modernity.* Londres: Polity Press.

Benería, Lourdes y Marta Roldán
1987 *The Crossroads of Class and Gender: Homework, Subcontracting and Household Dynamics in Mexico City*. Chicago: University of Chicago Press.

Biao, Xiang
2005 *Transcending Boundaries. Zhejiangcun: the story of a migrant village in Beijing*. Leiden y Boston: Brill.

Blanes, José
1984 *De los Valles al Chapare.* Cochabamba: CERES.
1991 *Enfoques sobre la maquila en Bolivia*. La Paz: CEBEM.

Calderón, Fernando y Alberto Rivera
1984 *La Cancha: una gran feria campesina en la ciudad de Cochabamba*. Cochabamba: CERES.

Cardoso, Fernando y Enzo Faletto
1971 *Dependencia y desarrollo en América Latina: Ensayo de interpretación sociológica*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Carr, Marylin y M. Chen
2001 *Globalization and the Informal Economy: How Global Trade and Investment Impact on the Working Poor*. Ginebra: OIT.

Carter, William y Mauricio Mamani
1982 *Irpa Chico. Individuo y comunidad en la cultura aymara*. La Paz: Juventud.

Casanovas, Roberto
1988a "El impacto de la nueva política económica en el sector informal urbano en Bolivia". En: CEDLA y FLACSO (coords.). *El sector informal urbano en Bolivia*. La Paz: EDOBOL. 287-292.
1988b "El sector informal urbano: Apuntes para un diagnóstico". En: CEDLA y FLACSO (coords.). *El sector informal urbano en Bolivia*. La Paz: EDOBOL. 143-169.

Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA)
2012 "Los peores pagados: quiénes son y dónde trabajan". Portal CEDLA http://cedla.org/obess/content/9074. (20/12/2012).

Comisión Económica para América Latina (CEPAL)
2012 *Panorama social de América Latina 2011*. Santiago de Chile, NN.UU. (disponible en http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/45171/PSE2011-Panorama-Social-de-America-Latina.pdf).

Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB)
2010 *Comercio exterior ilegal en Bolivia. Estimaciones 2000-2008.* La Paz: Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (disponible en http://es.scribd.com/doc/36744968/Comercio-Exterior-Ilegal-en-Bolivia-Estimaciones-2000-2008-parte-i).

Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social (CERES)
1981 *Programa de Investigación sobre economía doméstica y desarrollo regional en Cochabamba.* Cochabamba: CERES (mimeo).

Cerezo, Sergio
2011 *Enfermedad holandesa y coyuntura económica boliviana.* La Paz: Banco Central de Bolivia (disponible en http://www.bcb.gob.bo/eeb/sites/default/files/archivos2/D2T1P2%20Cerezo.pdf).

Chatterjee, Partha
1993 *The Nation and its Fragments.* Princeton: Princeton University Press.

Chayanov, Alexander V.
1966 *The Theory of Peasant Economy*. Homewood, Illinois: American Economic Association.

Colloredo-Mansfeld, Rudi
1999 *The Native Leisure Class. Consumption and Cultural Creativity in the Andes*. Chicago y Londres: University of Chicago Press.

Comaroff, Jean y John L. Comaroff (comps.)
2006 *Law and Disorder in the Postcolony.* Chicago y Londres: University of Chicago Press.

Condarco Morales, Ramiro
1970 *El escenario andino y el hombre*. La Paz: Renovación.

Coraggio, José Luis (compilador)
2009 *¿Qué es lo económico? Materiales para un debate necesario contra la globalización.* Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

Cortés, Alexis
2012 "Modernización, dependencia y marginalidad: itinerario conceptual de la sociología latinoamericana". *Sociologías*. Vol. 14, No. 29, 214-238.

Crain, Mary M.
1991 "Poetics and politics in the Ecuadorean Andes: Women's Narratives of Death and Devil's Possession". *American Ethnologist* 18:1, 67-89.

Dandler, Jorge
1987 "Diversificación, procesos de trabajo y movilidad espacial en los valles y serranías de Cochabamba". En: Harris, Larson y Tandeter (comp.). *La participación indígena en los mercados surandinos. Estrategias y reproducción social, Siglos XVI a XX*. Cochabamba: CERES. 639-682.

Dandler, Jorge; Bryan Anderson *et al*.
1982 *Economías campesinas en los valles y serranías de Cochabamba: Procesos de diversificación y trabajo.* Cochabamba: CERES (mimeo).

Dandler, Jorge y Carmen Medeiros
1988 "Temporary Migration from Cochabamba, Bolivia to Argentina: Patterns and Impact in Sending Areas". En: Patricia Pessar (comp.). *When Borders don't Divide: Labor Migration and refugee Movements in the Americas.* New York: Center for Migration Studies.

Della Porta, Donatella; Massimillano Andretta, Lorenzo Mosca, Herbert Reiter
2006 *Globalization From Below: Transnational Activists and Protest Networks*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

De Soto, Hernando
1986 *El Otro Sendero: La revolución informal*. Lima: Instituto Libertad y Democracia.
2002 *El misterio del capital: Por qué el capitalismo triunfa en Occidente y fracasa en el resto del mundo*. Buenos Aires: Sudamericana.

Díaz Brito, José Andrés
2007 *Análisis logístico de la evolución del comercio exterior en Iquique.* Tesis de Maestría, Universidad de Chile, Santiago.

Dicken, Peter
2011 *Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy*. Sexta Edición. Nueva York: The Guilford Press.

Doria Medina, Samuel
1988 "La economía informal en Bolivia: una visión macroeconómica". En: CEDLA y FLACSO (coords.). *El sector informal urbano en Bolivia*. La Paz: EDOBOL. 175-186.

Dos Santos, Theotônio
1978 *Imperialismo y dependencia*. México: Ediciones Era.

Durkheim, Émile
1982 *The Rules of Sociological Method, and Selected Texts on Sociology and its Method*. Londres: Macmillan.

Escobar de Pabón, Silvia
1990 *Crisis, política económica y dinámica de los sectores semiempresarial y familiar: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, 1985-1989*. La Paz: CEDLA.

Escobari, Laura
1985 *Producción y comercio en el espacio surandino en el siglo XVII, Cuzco-Potosí, 1650-1700*. La Paz: Colección Arzans y Vela.

Frank, André Gunder
1970 *Capitalismo y subdesarrollo en América Latina*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Frías Mendoza, Víctor Hugo
2002 *Mistis y mokochinches. Mercados evangélicos y política local en Calcha.* La Paz: Mama Huaco.

Friedman, Thomas L.
1999 *The Lexus and the Olive Tree: Understanding Globalization*. Nueva York: Anchor Books.

Galin, Pedro
1991 "El sector informal urbano: conceptos y críticas". *Nueva Sociedad.* No. 113, 45-50.

García Linera, Álvaro
1999 *Reproletarización: Nueva clase obrera y desarrollo del capital industrial en Bolivia (1952-1998).* La Paz: Muela del Diablo.
2006 "El capitalismo andino-amazónico". *Le Monde Diplomatique,* edición chilena, enero.

Gasparini, Leonardo y Leopoldo Tornarolli
2006 *Labor Informality in Latin America and the Caribbean: Patterns and Trends from Household Survey Microdata*. CEDLAS Universidad Nacional de La Plata, Informe de trabajo 46.

Germani, Gino
1973 *El concepto de marginalidad: Significado, raíces históricas y cuestiones teóricas, con particular referencia a la marginalidad urbana*. Buenos Aires: Nueva Visión.
1969 "Etapas de la Modernización en América Latina". *Desarrollo Económico* Vol. 9, No. 33, Abr. - Jun., 1969. 95-137.

Glave, Luis Miguel
1989 *Trajinantes: Caminos indígenas en la sociedad colonial, siglos XVI-XVII.* Lima: Instituto de Apoyo Agrario.

Golte, Jurgen y Norma Adams
1987 *Los caballos de Troya de los invasores. Estrategias campesinas en la conquista de la gran Lima*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).

González Casanova, Pablo
1963 "Sociedad plural, colonialismo interno y desarrollo". En: *América Latina. Revista del Centro Latinoamericano de Ciencias Sociales* (México DF) Año VI, Nº 3, julio-septiembre.
1969 *Sociología de la explotación*. México: Grijalbo

Graeber, David
2011 *Debt. The First 5,000 years*. Brooklyn y Londres: Melville House.

Gray Molina, George
2007 "Institutions, Growth and Poverty in Bolivia: Obstacles to Broad-based Growth". Universidad de Manchester, *Programa de Investigación de Instituciones y Crecimiento Pro-pobre* (IPPG), documento de trabajo Nº 9 (disponible en www.ippg.org.uk).

Guaygua, Germán y Beatriz Castillo
2008 *Identidades y religión. Fiesta, culto y ritual en la construcción de redes sociales en la ciudad de El Alto*. La Paz: ISEAT.

Gudynas, Eduardo
2009 *El nuevo extractivismo del Siglo XXI: Diez tesis urgentes sobre el extractivismo bajo el progresismo sudamericano actual*. Washington DC: IRC, Programa Américas (disponible en http://www.ircamericas.org y http://www.redge.org.pe/content/materiales-del-curso).

Hann, Chris y Keith Hart
2009 *Market and Society. The Great Transformation Today*. Cambridge: Cambridge University Press.
2011 *Economic Anthropology: History, Ethnography, Critique*. Cambridge: Polity Press.

Hardoy, Jorge
1972 *Las ciudades en América Latina*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Harris, Olivia
1982 "Labour and Produce in Ethnic Economy, Northern Potosi, Bolivia". En: D. Lehmann (comp.). *Ecology and exchange in the Andes*. Cambridge: Cambridge University Press, 70-96.
2000 "The Sources and Meanings of Money: Beyond the Market Paradigm". En: O. Harris (comp.). *Make the Earth Bear Fruits. Ethnographic Essays on Fertility, Work and Gender*, 51-74. Londres: Institute of Latin American Studies.

Harris, Olivia; Brooke Larson y Enrique Tandeter (comps.)
1987 *La participación indígena en los mercados surandinos. Estrategias y reproducción socia l – Siglos XVII a XX*. Cochabamba: CERES.

Harriss-White, Barbara y Anushree Sinha

2007 *Trade Liberalization and India's Informal Economy*. Oxford: Oxford University Press.

Hart, Keith

1973 "Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana". *Journal of African Studies*, II (I): 61-89.

1999 *The Memory Bank: Money in an Unequal World*. Londres: Profile Books.

Hobbes, Thomas

2010 *Leviathan. Revised Edition*. A.P. Martinich y Brian Battiste (comps.). Peterborough: Broadview Press.

Hulme, David

2010 *Global Poverty: How Global Governance is Failing the Poor*. Abingdon y Nueva York: Routledge.

Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE)

2005 *El contrabando en Bolivia*. Santa Cruz: IBCE.

2011 "Bolivia: principales productos importados desde el mundo según volumen y valor". Gestiones 2010-2011 (Datos preliminares).

Itzigsohn, José

2000 *Developing Poverty: The State, Labor Market Deregulation, and the Informal Economy in Costa Rica and the Dominican Republic.* University Park: Pennsylvania State University Press.

Keck, Margaret y Kathryn Sikkink

1998 *Activists beyond Borders: Advocacy Networks in International Politics*. Ithaca y Londres: Cornell University Press.

Klein, Herbert

1995 *Haciendas y ayllus en Bolivia, siglos XVII y XIX.* Lima: IEP.

Kohl, Benjamin y Linda Farthing

2006 *Impasse in Bolivia: Neoliberal Hegemony and Popular Resistance.* Londres: Zed Books.

Kreidler, Alfonso y A. Rocha
2005 *El contrabando en Bolivia: una visión heterodoxa*. Santa Cruz de la Sierra: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE).

Langer, Erik
2004 "Indian Trade and Ethnic Economies in the Andes 1780-1880". *Estudios interdisciplinarios de Latino América y el Caribe*, 15:1, 9-33.

Larrazábal, Hernando
1993 *Precarización del empleo en el periodo de ajuste estructural*. La Paz: CEDLA.

Larson, Brooke
2008 "Indios redimidos, cholos barbarizados: Imaginando la modernidad neo-colonial boliviana (1900-1910)". En: Cajías, Dora y Magdalena; Carmen Johnson, Iris Villegas (comps.). *Visiones de fin de siglo: Bolivia y América Latina en el Siglo XX*. La Paz: IFEA, 27-48.

Laville, Jean-Louis
2009 "Definiciones e instituciones de la economía". En: J.L. Coraggio (comp.). *¿Qué es lo económico? Materiales para un debate necesario contra el fatalismo*. Buenos Aires: Ciccus. 47-71.

Lazar, Sian
2008 *El Alto, Rebel City: Self and Citizenship in Andean Bolivia*. Durham: Duke University Press.
2012 "A Desire to Formalize Work? Comparing Trade Union Strategies in Bolivia and Argentina". *Anthropology of Work Review* XXXIII: 1, 15-24.

Le Goff, Jacques
1980 *Time, Work and Culture in the Middle Ages*. Chicago: Chicago University Press.

Lewis, W. Arthur
1958 "Unlimited labour: further notes". *The Manchester School* 26:1, 1-22.

Li, Zhigang; D. Xue, M. Lyons y A. Brown
2007 *Ethnic Enclave of Transnational Migrants in Guangzhou: A Case Study of Xiaobei*. (disponible en: www.hkbu.edu.hk/~curs/Abstracts%20and%20Fullpapers/05/07) 12/02/13

Lin, Yi-Chieh Jessica
2011 *Fake Stuff: China and the Rise of Counterfeit Goods.* Abingdon: Routledge.

Long, Norman *et al.* (comps.)
1986 *The Commoditization Debate: Labour Process, Strategy and Social Networks*. Agricultural University: Wageningen.

Long, Norman y Jorge Dandler
1979 "Diversified Househodls, Enterprises and Labour Process in the Andes: A Comparative Study of Two Regions". Trabajo presentado al ESRC, Universidad de Durham.

Long, Norman y Bryan Roberts
1984 *Miners, Peasants and Entrepreneurs: Regional Development in Central Highlands of Peru.* Cambridge: Cambridge University Press.

Llanque, Jorge y Edgar Villca
2011 *Qamiris Aymaras: Desplazamiento e inclusión de elites andinas en la ciudad de Oruro*. La Paz: PIEB.

MacGaffey, Janet y Rémy Bazenguissa-Ganga
2000 *Congo-Paris. Transnational Traders on the Margins of the Law.* Bloomington: Indiana University Press.

Mangan, Jane
2005 *Trading Roles: Gender, Ethnicity and the Urban Economy in Colonial Potosí*. Londres y Durham: Duke University Press.

Mathews, Gordon y Yang Yang
2012 "How Africans Pursue low-end Globalization in Hong-Kong and Mainland China". *Journal of Current Chines Affairs*, 2: 95-120.

Matos Mar, José
1984 *Desborde popular y crisis del Estado: El nuevo rostro del Perú en la década de 1980.* Lima: IEP.

Mayer, Enrique
2004 *Casa, chacra y dinero. Economías domésticas y ecología en los Andes.* Lima: IEP.

Meagher, Kate
2010 *Identity Economics. Social Networks and the Informal Economy in Nigeria*. Suffolk and Rochester, NY: Boydell and Brewer.

Medeiros, Carmen
1995 "Lineamientos para el ajuste étnico de la metodología de planificación participativa". Informe de trabajo. La Paz: Dirección de Planificación, Subsecretaría de Desarrollo Rural, Secretaría Nacional de Participación Popular.

Medinaceli, Ximena
2011 *Sariri: los llameros y la construcción de la sociedad colonial*. La Paz: IFEA, Plural, Asdi, IEB.

Milgram, B. Lynne
2012 "From Second Hand Clothing to Cosmetics: How Philippine-HK Entrepreneurs fill the Gap in Cross-Border Trade". En: Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega (coords.). *Globalization from Below: The World's other Economy.* Londres y Nueva York: Routledge. 120-137.

Mittleman, James
2000 *The Globalization Syndrome*. Princeton: Princeton University Press.

Molina Rivero, Ramiro
1987 "La tradicionalidad como medio de articulación al mercado: una comunidad pastoral en Oruro". En: Harris O., Larson B. y Tandeter E. (comps.). *La participación indígena en los mercados surandinos. Estrategias y reproducción social – Siglos XVII a XX.* Cochabamba: CERES. 603-638.

Murra, John

[1972] (1975) "El control vertical de un máximo de pisos ecológicos en la economía de las sociedades andinas". En: *Formaciones económicas y políticas del mundo andino.* Lima: IEP. 59-116.

2002 *El mundo andino: población, medio ambiente y economía.* Lima: IEP y PUCP.

Narayan, Deepa

1999 *Bonds and Bridges: Social capital and Poverty*. Washington: Banco Mundial, Policy Research Working Papers, Nº 2.167.

Neuwirth, Robert

2011 *The Stealth of Nations: The Global Rise of the Informal Economy*. Nueva York: Anchor Books.

Nun, José; Juan C. Marín y Miguel Murmis

1967 *La marginalidad en América Latina.* Buenos Aires: Centro de Investigaciones Sociológicas, Documento de trabajo Nº 35.

Núñez Castrejón, Antonia y Carlos Gómez Chiñas

2008 "Controversia y debate actual sobre el sector informal". *Análisis Económico.* Núm. 54, vol. XXIII, 131-155.

Organización Internacional del Trabajo (OIT)

1972 *Employmet, Income and Equality: A Strategy for Increasing Productive Employment in Kenya.* OIT.

2004 *Panorama laboral*. Lima: OIT.

2005 *Nuevos desafíos en el combate contra el trabajo infantil por medio de la escolaridad en América Central y América del Sur*. Ginebra: OIT.

OIT y PNUD

2009 *Trabajo y familia: hacia nuevas formas de conciliación con corresponsabilidad social.* Santiago de Chile, Organización Internacional del Trabajo/PNUD (http://www.ilo.org/ wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_180267.pdf)

Parry, Jonathan
1986 "The Gift and the Indian Gift". *Man* 21. 453-473.

Parry, Johnny y Maurice Bloch (comps.)
1989 *Money and the Morality of Exchange*. Cambridge, UK: Cambridge Univ. Press

Patzi, Félix
2004 *Sistema comunal: una propuesta alternativa al sistema liberal*. La Paz: CEA.

Paz, Verónica; G. G. Molina, W. Jiménez y E. Yáñez
2013 "Explaining low Redistributive Impact in Bolivia". Universidad de Tulane, Commitment to Equity Working Paper, Nº 6. (disponible en: http://www.commitmentoequity.org/) 27/02/2013.

Pérez, Mamerto
s.f. *La soya en Bolivia, el "grano de oro" que no brilla.* (disponible en: http://ase.tufts.edu/gdae/Pubs/rp/wg/AgricultureBook_Span/PromesasPeligrosCh5Perez.pdf) 12/02/2013.

Pérez-Sainz, Juan
1994 *El Dilema del Nahual: Globalización, exclusión, y trabajo en Centroamérica*. San José: FLACSO.

Platt, Tristan
1982a "The Role of the Andean ayllu in the Reproduction of the Petty Commodity Régime in Northern Potosi (Bolivia)". En: Lehmann (comp.). *Ecology and Exchange in the Andes.* 27-69. Cambridge: Cambridge University Press.
1982b *Estado boliviano y ayllu andino. Tierra y tributo en el Norte de Potosí*. Lima: IEP.
1992 "Divine Protection and Liberal Damnation: Exchanging Metaphors in 19th Century Potosí (Bolivia)". En: Dilley (comp.). *Contesting markets*. Edimburgh: University of Edimburgh.
2008 *The Weak and the Strong. Monetary Policies, Spheres of Exchange and Crises of Trust in 19th Century Potosi (Bolivia)*. St Andrews: CLAS, University of St. Andrews, Occasional Publication No. 31.

Platt, Tristan; T. Bouysse-Cassagne y O. Harris
2006 *Qaraqara-Charka. Mallku, Inka y Rey en la provincia de Charcas. Historia antropológica de una confederación aymara*. La Paz: Instituto Francés de Estudios Andinos/Plural Editores/ University of St. Andrews/University of London/ Fundación Cultural del Banco Central de Bolivia.

Pliez, Olivier
2012 "Following the New silk Road Between Yiwu and Cairo". En: Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega (coords.). *Globalization from Below: The World's other Economy.* Londres y Nueva York: Routledge. 19-35.

Poole, Deborah
1992 "Antropología e historia andinas en los EE.UU: buscando un reencuentro". *Revista andina* 19: 209-245.

Portes, Alejandro
2000 "Globalization from Below: the Rise of Transnational Communities". En: Kalb, van der Land, Staring, van Steenbergen, Wilterdink (coords): *The Ends of Globalization: Bringing Society back in*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield. 253-270.

Portes, Alejandro; Manuel Castells y Lauren Benton (comps.)
1989 The *Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries.* Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

PREALC
1981 *Sector informal: Funcionamiento y políticas*. Santiago: PREALC.

Prebish, Raul
1962 "The Economic Development of Latin America and its principal problems". *Economic Bulletin for Latin America,* vol 7, Nº 2, 1-22. 57.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
2005 *Informe Temático de Desarrollo Humano en Bolivia: La economía boliviana más allá del gas.* La Paz: Programa de Naciones

Unidas para el Desarrollo (disponible en http://idh.pnud.bo/index.php?option=com_hello&view=hello&Itemid=55*)*.

Putnam, Robert; Robert Leonardi y Raffaella Nanetti
1994 *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton NJ: Princeton University Press.

Quijano, Aníbal
1992 "Colonialidad y modernidad/racionalidad"*. Perú indígena,* 13(29): 11-20.
1997 "Colonialidad de poder, cultura y conocimiento en América Latina". *Anuario Mariáteguiano* 9: 113-22.
1998a *La economía popular y sus caminos en América Latina*. Lima: Mosca Azul Editores.
1998b "Estado nación, ciudadanía y democracia: Cuestiones abiertas". En: Gonzáles, Helena y Heidulf Schmidt (comps.). *Democracia para una nueva sociedad*. Caracas: Nueva Sociedad.
2000a "Modernidad y democracia: Intereses y conflictos". *Anuario Mariáteguiano* 12.
2000b "Coloniality of Power, Eurocentrism and Latin America". *Nepantla: Views from the South,* Vol. 1, Nº 3, 533-580.

Rabossi, Fernando
2012 "Ciudad del Este and Brazilian Circuits of Commercial Distribution". En: Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega (cords.): *Globalization from Below: The World's other Economy.* Londres y Nueva York: Routledge. 54-68.

Reno, William
1995 *Corruption and State Politics in Sierra Leone*. Cambridge: CUP.

Ribeiro, Lins Gustavo
2006 "Economic Globalization from Below". *Etnográfica,* Vol. X (2)*,* 2006. 233-249.
2012 "Conclusion: Globalization from Below and the Non-hegemonic World-System". En: Mathews, Lins Ribeiro y Alba Vega (coords). *Globalization from Below: The World's other Economy.* Londres y Nueva York: Routledge. 221-235.

Ritchey-Vance, Marion
1996 "Social Capital, Sustainability and Working Democracy: New Yardsticks for Grassroots Development". *Grassroots Development*, Vol. 20, Nº 1, 3-9.

Rivera, Alberto y Fernando Calderón
1985 *La mina urbana.* Cochabamba: CERES.

Rivera, Silvia
1983 *Oprimidos pero no vencidos. Luchas del campesinado aymara-quichwa 1900-1980*. La Paz: HISBOL.
1993 "La Raíz: Colonizadores y Colonizados". En: X. Albó y R. Barrios (comps.). *Violencias encubiertas en Bolivia.* La Paz: CIPCA-Aruwiyiri. 27-138.
1996 *Bircholas. Trabajo de mujeres: explotación capitalista y opresión colonial entre los migrantes aymaras de La Paz y El Alto.* La Paz: Mamahuaco.
2010a *Ch'ixinakax utxiwa. Una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores.* Buenos Aires: Tinta Limón Ediciones.
2010b *Principio Potosí: Reverso.* Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS) (disponible en http://www.encuentroredtoschiapas.jkopkutik.org/BIBLIOGRAFIA/MOVIMIENTOS_POLITICA_CULTURA_Y_PODER/Cusicanqui/Principio_Potosi_reverso.pdf).

Roberts, Bryan
1980 *Ciudades de campesinos: La economía política de la urbanización en el Tercer Mundo*. México: Siglo Veintiuno.

Rodrik, Dani
1999 *The New Global Economy and Developing Countries: Making Openness Work*. Washington D.C.: Overseas Development Council.

Rodríguez-Carmona, Antonio; Miguel Castro y Pablo Sánchez
2013 *Imaginarios a cielo abierto: una mirada alternativa a los conflictos mineros en Perú y Bolivia*. Madrid: ACSUR.

Rojas Ortuste, Gonzalo
2009 *Cultura política de las élites en Bolivia: 1982-2005*. La Paz: CIPCA y FES.

Rossell, Pablo y Bruno Rojas
2001 *Competitividad, acumulación y empleo: Estudio de caso en el ramo de las confecciones*. La Paz: CEDLA.

Rousseau, Jean-Jacques
1994 *Scritti Politici* (volumen primero: "Discorso sulle scienze e sulle arti, Discorso sull'origine e i fondamenti della diseguaglianza, Discorso sull'economia politica"). Roma y Bari: Laterza.

Salomon, Frank
1986 *The Native Lords of Quito in the Age of the Inca: The Political Economy of North Andean Chiefdoms*. Cambridge: Cambridge University Press.

Samanamud, Jiovanny; Cleverth Cárdenas y Patricia Prieto
2007 *Jóvenes y política en El Alto. La subjetividad de los otros.* La Paz: PIEB.

Sanderson, Samuel
1986 *The Transformation of Mexican Agriculture*. New Jersey: Princeton University Press.

Santos, Boaventura
2008 *Conocer desde el Sur. Para una cultura política emancipatoria*. Buenos Aires y La Paz: CLACSO, CIDES-UMSA, Plural.

Schneider, Hartmut
1999 "Participatory Governance for Poverty Reduction". *Journal of International Development*, 11:4. 521-534.

Schneider, Friedrich y Anderas Buehn
2009 "Shadow Economies and Corruption All Over the World: Revised Estimates for 120 Countries". *Economics.* Vol. 1, Nº 9 (Versión 2-Octubre 27, 2009) (disponible en http://www.economics-ejournal.org/economics/journalarticles/2007-9).

Silveira, Sara y Ana Clara Matosas
2003 "Género y economía informal en América Latina: nuevos retos y respuestas posibles desde las políticas de formación para el trabajo". *Boletín CINTERFOR.* No. 155, 231-262.

Simpfendorfer, Ben
2011 *The New Silk Road: How a Rising Arab World is Turning Away from the West and Rediscovering China.* Londres: Palgrave.

Simmel, Georg
1977 *Filosofía del dinero.* Madrid: Instituto de Estudios Políticos.

Singer, Paul
1979 *Economía política de la urbanización.* México: Siglo XXI.
1997 "Economia Solidária: geração de renda e alternativa ao liberalismo". *Revista Proposta*. No. 72, marzo/mayo, 5-13.

Spedding, Alison
2009 "Esencialismo ¿estratégico para quiénes? Sobre el ocaso del discurso del mestizaje". En: MUSEF. *Memoria de la XXIII Reunión Anual de Etnología (RAE)*. Tomo II, 503-523. La Paz: MUSEF (disponible en http://200.87.119.77:8180/musef/bitstream/123456789/451/1/503-523.pdf).

Stern, Steve (comp.)
1987a *Resistance, Rebellion and Consciousness in the Andean Peasant World 18th to 20th Centuries*. Madison y Londres: Univ. of Wisconsin Press.
1987b "La variedad y ambigüedad de la intervención indígena andina en los mercados coloniales europeos: apuntes metodológicos". En: Harris O., Larson B. y Tandeter E. (comps.). *La participación indígena en los mercados surandinos. Estrategias y reproducción social – Siglos XVII a XX*. Cochabamba: CERES. 281-312.

Stiglitz, Joseph
2003 *Globalization and Its Discontents*. Nueva York: W. W. Norton & Company.

Stuart Mills, John
1999 *On liberty.* Nueva York: Bartleby.

Tanzi, Vito
1980 *The Underground Economy in the United States: Estimates and Implications*. Roma: Banca Nazionale del Lavoro.

Tarrow, Sindey
2005 *The New Transnational Activism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tassi, Nico
2010 *Cuando el baile mueve montañas. Religión y economías* cholo-mestizas *en La Paz, Bolivia*. La Paz: Praia.
2012 *La otra cara del mercado: economías populares en la arena global*. La Paz: ISEAT.
En prensa: "Things we grow with: spirits, matter and bodies in La Paz, Bolivia". En: Espírito Santo y Tassi (coords.) *Making Spirits: Materiality and Transcendence in Contemporary Religions*. Nueva York y Londres: IB Tauris. 179-204.

Tassi, Nico; Juan Manuel Arbona, Giovanna Ferrufino y Antonio Rodríguez-Carmona
2012 "El desborde económico popular en Bolivia: comerciantes aymaras en el mundo global". *Nueva Sociedad* 241. 93-105.

Tokman, Víctor
1987 "El sector informal: quince años después". *El Trimestre Económico*. Vol. 54, Nº 3. 513-536.
1992 *Beyond Regulation: The Informal Economy in Latin America*. Boulder: Lynne Rienner.

Toranzo, Carlos
2007 "Burguesía chola y mestizaje". En: D. Ayo (coord.). *Democracia boliviana: un modelo para desarmar.* La Paz: Oxfam y FES-ILDIS. 470-484.

UDAPE
2007 "La informalidad en el mercado laboral urbano: 1996-2006". La Paz: Unidad de Análisis de Políticas Económicas (disponible en www.udape.gov.bo).

Vekemans, Roger e Ismael Silva
1969 *Marginalidad en América Latina: Un ensayo diagnóstico*. Santiago y Barcelona: Herder.

Velasco, Oscar
2009 "Aún nos cuidamos con nuestras medicinas. Inventario sistematizado de las prácticas sanitarias tradicionales existentes en las poblaciones originarias de los países andino". Portal Organismo Andino de Salud, Convenio Hipólito Unanue. http://www.orasconhu.org/documentos/SI%20Aun%20nos%20cuidamos%20con%20nuestra%20medicina%20ORAS%20Oscar%20Velasco.pdf. (12/12/2011).

Velazco Reckling, Enrique
2010 *Competencias autonómicas, transformación productiva y el derecho al empleo digno.* La Paz: AOS/Fundación INASET (disponible en http://www.aosbolivia.org.bo/publicaciones/autonomias/autonomias.pdf).

Wallerstein, Immanuel
1988 *El capitalismo histórico.* Madrid: Siglo XXI Editores.

Weil, Jim
1989 "From Ekeko to Scrooge McDuck: Commodity Fetishism and Ideological Change in a Bolivian fiesta". *Ideologies and Literature*. 4:1, 7-29.

Wiggins, Steve; A. Schejtman, C. Toranzo y G. Gray Molina
2006 "Instituciones y desarrollo económico en Bolivia". Universidad de Manchester, Programa de Investigación de Instituciones y Crecimiento Pro-pobre (IPPG), Avance de investigación (disponible en www.ippg.org.uk).

Yampara, Simón; S. Mamani y N. Calancha
2007 *La cosmovisión y lógica en la dinámica socioeconómica del qhatu/feria 16 de Julio*. La Paz: PIEB.

Zavaleta, René
1986 *Lo nacional-popular en Bolivia.* México: Siglo XXI.

Zhang, Li
2008 "Ethnic Congregation in a Globalizing City: The case of Guangzhou, China". *Cities*. Vol. 25, No. 6, 383-395.

Žižek, Slavoj
1997 "Multiculturalism, or the Cultural Logic of Multinational Capitalism". *New Left Review*. Septiembre-Octubre 1997, 28-51.

Dossier de prensa

Radio FIDES
"El sector informal ya tiene dos millones y medio de vendedores", 13 de diciembre de 2011.

Cambio
"Comercio e inmuebles captan la mitad del total de créditos", 24 de mayo de 2012.

"Banco Central valora rol de la economía informal", 30 de septiembre de 2011.

El Día
"El comercio informal le gana a Evonomics", 21 de octubre de 2012.

Página Siete

"CANEB dice que debe verse a China más como un socio de negocios", 9 de febrero de 2013.

"En 2012 el sistema financiero prestó $us 2.100 millones más", 15 de enero de 2013.

"Prevén la consolidación de, al menos, 80 urbes intermedias", 30 de noviembre de 2012.

"Gremiales anuncian paro contra la ley de extinción de bienes", 25 de octubre de 2012.

"Banca ganó $us 734 millones en las últimas seis gestiones", 1 de septiembre de 2012.

"El Gobierno reitera altas utilidades de la banca durante el 2011", 27 de agosto de 2012.

"La 'avalancha' china obligó a elevar aranceles", 18 de febrero de 2012.

La Razón

"Aduana procesa las primeras cinco denuncias de contrabando tras anuncio de recompensa", 15 de marzo de 2013.

"El Alto acoge 25.000 microempresas que generan 165.000 empleos", 6 de marzo de 2013.

"Comerciantes convierten zonas de La Paz en inmensos basurales", 31 de diciembre de 2012.

"Bolivia quiere lograr una 'década de oro' en crecimiento económico", 28 de diciembre de 2012.

"Buen tiempo económico del país versus mal tiempo político y social", 25 de noviembre de 2012.

"Alto costo laboral e informalidad convierten al empleo en precario", 4 de noviembre de 2012.

"ASFI cerrará las puertas de 311 cooperativas de ahorro y crédito", 2 de octubre de 2012.

"70% de la producción de cemento se comercializa en las ferreterías", 26 de agosto de 2012.

"Contrabandistas usan veleros para circular mercaderías por el Titicaca", 20 de mayo de 2012.

"Niños sacan diesel en sus mochilas", 20 de mayo de 2012.

La Prensa

"La Zona Franca de Iquique es un negocio que piensa en el país", 1 de septiembre de 2012.

"Crece la demanda de telas chinas en El Alto", 23 de junio de 2012.

Los Tiempos

"73% de carga que pasa por Arica es boliviana", 7 de noviembre de 2011.

Entrevistas

Marlene Quispe, Ramiro Yupanqui, Rodolfo Gómez, Alina Mercado. Dirigentes gremiales del mercado de la calle Huyustus. Entrevista con los autores 11 de mayo de 2012, La Paz.

Ana María Rivera. Gerente de institución financiera. Entrevista con los autores 16 de mayo de 2012, La Paz.

Justo Ramírez. Dirigente nacional del transporte pesado. Entrevista con los autores 4 de junio de 2012, La Paz.

Comunicaciones personales con investigadores

Celso Rojas, Charaña, julio de 2011.

Silvia Rivera, La Paz, marzo de 2012.

Carol Carlo y José Aguilar, Cobija, julio de 2012.

Roger Cortéz, La Paz, noviembre de 2012.

Jiovanny Samanamud, La Paz, marzo de 2013.

Joseph Trapido, Londres, abril de 2013.

Bases de datos consultadas

Datos sobre empleo, exportaciones, importaciones, PIB, distribución económica sectorial (1999-2012) del Instituto Nacional de Estadística (INE). Portal INE http://www.ine.gob.bo/

Datos de la Aduana Nacional sobre importaciones bolivianas (2003-2011). Estadísticas inéditas, Aduana Nacional.

Datos de UDAPE sobre la evolución de empleo, renta petrolera y estructura económica sectorial (2001-2012). Portal UDAPE http://www.udape.gob.bo/

Datos ASFI de evolución de créditos y depósitos bancarios (2004-2012). Portal ASFI https://www.asfi.gob.bo/

Datos ASOBAN de evolución de créditos y depósitos bancarios (2004-2012). Portal ASOBAN http://www.asoban.bo/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=4

Datos sobre la feria de Yiwu (China). Portal comercial de la feria de Yiwu http://www.yiwuen.com/yiwu-market/yiwu-market-figures-and-facts

Anexos

ANEXO 1
Pistas de reflexión: los imaginarios sobre los comerciantes populares

Nos parece importante presentar algunos lineamientos para promover en los medios de comunicación, investigaciones y publicaciones, una estrategia de comunicación con el objetivo de sensibilizar a la sociedad civil sobre el rol del comercio popular en el país y sus alcances en el intento de reorientar una serie de estereotipos negativos y normativos que se han ido solidificando en los imaginarios urbanos.

Durante toda la investigación, hemos registrado un esfuerzo continuo y común por parte de medios de comunicación filo-gubernamentales y no gobernativos por representar al comercio popular como un sector que, por sus prácticas económicas informales e ilícitas —el contrabando— y por su enriquecimiento supuestamente ilegítimo, se posicionan fuera de las reglas compartidas y navegan en contra de los intereses del país. Es más, en vez de dar el hombro al país en un momento de transformaciones económicas, los comerciantes populares son, a menudo, presentados como especuladores que simplemente quieren aprovecharse de una coyuntura favorable. Estas representaciones peyorativas y prejuiciosas, a menudo fundamentadas en un desconocimiento de la historia y de la realidad del comercio popular, han llevado a que estos comerciantes —junto con los transportistas y los mineros cooperativistas— constituyan uno de los sectores sociales con la menor tasa de apreciación en el país.

Asociaciones formales de emprendedores, importadores y exportadores privados, desconociendo los alcances del comercio popular, sus estrategias comerciales y sus redes económicas, siguen difundiendo y promocionando, una serie de prácticas y políticas

comerciales anacrónicas que demuestran poca familiaridad con la coyuntura económica global y escasa capacidad de diseñar estrategias económicas propias[87]. En relación con los flujos comerciales globales o las relaciones económicas con China, los comerciantes populares han desarrollado prácticas y estrategias sofisticadas, articulándose comercialmente con consorcios de ultramar y logrando controlar los mercados internos.

En este contexto, proponemos el uso de los canales de comunicación —particularmente, las radios y los canales de televisión— para comunicaciones estratégicas a largo plazo con el fin de reorientar estos imaginarios. Con este propósito, sugerimos abarcar temas cruciales como: a) la función social del comercio popular en el país, b) los alcances socioeconómicos y c) el conocimiento económico consolidado por estos sectores.

La función social del comercio popular

La función social del comercio popular es el tema más importante y complejo. Su función social empieza por el hecho de que el comercio popular ha logrado consolidar un fermento económico sustancial —y una institucionalidad sólida— en áreas marginales del país, tradicionalmente desatendidas por el Estado y el mercado. Como comentaba un representante gremial: "lo que hemos logrado construir aquí, el Estado nunca hubiera podido lograrlo", sugiriendo que han transformado espacios de exclusión y subordinación en realidades de afirmación social y económica. Es más, como sugieren algunos comerciantes: "hemos hecho país", generando formas de institucionalidad en zonas alejadas del territorio nacional, fronteras, corredores económicos marginales sin presencia del Estado e infraestructura.

La legitimidad del comercio popular se asienta en las estructuras sociales populares y en su capacidad de leer las aspiraciones del consumidor popular —tradicionalmente desatendido por la gran empresa y el comerciante convencional—, logrando garantizar el

87 Véase el artículo del 9 de febrero de 2013 en el periódico *Página Siete*: "CANEB dice que debe verse a China más como un socio de negocios".

acceso del consumidor popular a una serie de productos tecnológicos —de precios y calidad asequibles—, de cuyo consumo había sido tradicionalmente excluido. Generalmente, se mira al comercio popular como un problema, mientras que, en realidad, genera acceso a tecnologías que, sin él, la mayoría de la gente no se hubiera podido permitir.

Quizás el elemento más contundente de la función social del comercio popular es que, como sector emergente, está dirigiendo sus propias reinversiones hacia actividades económicas en el país —también hacia actividades productivas, aunque de forma incipiente—, no guarda sus ahorros en bancos extranjeros y sus inversiones inmobiliarias están concentradas en Bolivia. Bolivia es el referente económico para estos actores, a diferencia de unas clases dominantes tradicionales que habían tendido a mirar hacia fuera para inversiones económicas y referentes sociales.

Los alcances socioeconómicos

Con su elevada movilidad y capacidad de desplazarse continuamente hacia nudos comerciales y económicos regionales como también hacia mercados alejados en zonas remotas del país, los comerciantes populares han logrado no solo implantar formas de institucionalidad, sino verdaderas cadenas internas de aprovisionamiento y distribución cruciales para articular económicamente el país.

En muchas áreas y mercados nacionales, el control capilar de los espacios comerciales por parte de estos actores ha permitido limitar la penetración de la gran empresa y de los grandes capitales, dejando el comercio en las manos de actores económicos populares bolivianos. El fuerte sentido de autonomía e independencia de las empresas comerciales populares —autonomía hacia el Estado, pero también hacia el capital privado— ha revertido el patrón común entre las empresas bolivianas de establecer formas de *partnership* gregarias con las grandes empresas, favoreciendo formas de emprendimiento más articuladas a lo local.

Cuando hablamos de comerciantes populares, estamos hablando de un número que probablemente se acerca a los dos millones de

personas y, por ende, con una capacidad sólida de generar empleos directos e indirectos. La mayoría de estos empleos ha surgido entre los sectores populares en un contexto en donde el Estado no siempre ha podido garantizar el cumplimiento del derecho económico más fundamental, como es el acceso al empleo.

El conocimiento económico

A pesar de su identificación como actores de escasa escolarización y que necesitan ser educados por instituciones paternalistas, como el gobierno municipal, el mercado o la cooperación internacional, los hallazgos de nuestra investigación demuestran que los comerciantes populares han constituido verdaderamente un bagaje de conocimiento económico importante, estrategias comerciales propias y capacidades de gestión económica, cuya utilidad trasciende el sector y se revela clave para la economía nacional.

Los comerciantes populares han desarrollado una capacidad sorpresiva de leer los diferentes mercados del país (el qué, dónde y cuándo se vende), de leer y registrar las discrepancias económicas —y legales— entre una variedad de mercados regionales y fronteras. Han sido los primeros que se han articulado con los consorcios familiares chinos, logrando aprovechar las ventajas comerciales que ofrecían para el mercado boliviano, identificado nuevos productos y creado marcas propias.

ANEXO 2
Rubros y mercados

Rubros

1. **Artefactos electrónicos.** El rubro de los artefactos electrónicos es un rubro que, en La Paz, ya desde hace algunas décadas, es fuertemente controlado por comerciantes populares. Sin embargo, en la última década, la importación masiva de productos electrónicos de China parece haber afectado ciertas prácticas establecidas y definido nuevas tipologías de productos electrónicos. En la investigación, nos referimos fundamentalmente a tres tipos de productos: celulares, televisores y computadoras. El elevado costo por unidad y sus dimensiones relativamente pequeñas los hacen mercaderías con predisposición a desplazarse a lo largo y a lo ancho del país, aunque sean productos —sobre todo los de elevada tecnología— más aptos para los mercados urbanos. En el caso de los celulares y ciertos tipos de televisores de pequeñas dimensiones, parece claro que se están abriendo nuevos mercados en las zonas rurales y semirurales. Mientras que celulares y televisores son productos de procedencia del Extremo Oriente (China y Corea), la tecnología informática sigue controlada por Estados Unidos —a pesar de ser producida en China—, evidenciando otras dinámicas comerciales y nodos de importación.

2. **Motorizados.** De acuerdo con el IBCE, en el 2011, los vehículos para transporte de mercancías se han vuelto uno de los primeros rubros de importación, con un crecimiento que varía del 96 al 140% respecto al año anterior, dependiendo del tamaño y tipo de vehículo. El flujo de los motorizados nos proporciona un ejemplo del reciente fermento y crecimiento comercial del país y nos da una idea del incremento exponencial de las empresas de transporte hasta en áreas

tradicionalmente consideradas como económicamente "deprimidas". El auge de los vehículos de carga tiene, por su parte, un vínculo con el crecimiento del comercio internacional y con actores urbanos que necesitan cada vez con mayor frecuencia trasladar mercaderías de los depósitos a las tiendas o distribuirlas a otros comerciantes nacionales. También señala el crecimiento en los sectores de la construcción, la minería y la microempresa. Como en el caso de los productos electrónicos, se están abriendo mercados en zonas rurales y/o alejadas del eje central, debido al crecimiento de la minería, del comercio o a ciudades intermedias en expansión. Los productos a los que nos referimos son camiones, autos y motos, este último un producto característico de las regiones orientales y en profunda expansión en las tierras altas.

3. **Material de construcción y ferretería.** En el caso de la ferretería y de los materiales de construcción, consideramos que se trata de uno de los principales rubros de reinversión de los sectores emergentes y sabemos que las barras de hierro y acero sin alear son el segundo producto de importación de Bolivia después del diesel (IBCE, 2011). El rubro parece controlado por sectores populares en ascenso (el ejemplo más resonante es la empresa SALQUI, en El Alto). Se lo considera un sector que garantiza un margen particularmente elevado de ganancia y un nivel mínimo de riesgo en el transporte —a diferencia de los productos electrónicos— y que, por ende, parece generar un ascenso social rápido de comerciantes e importadores de este rubro. Parece que el 70% del cemento producido en el nivel nacional se vende en las ferreterías (*La Razón*, 26 de agosto de 2012), resaltando el rol de las pequeñas empresas involucradas en el *boom* de la construcción.

4. **Ropa y zapatos.** Ropa y zapatos es quizás el rubro con el número más elevado de comerciantes de productos manufacturados. En los últimos años, el ingreso de productos chinos ha revolucionado el mercado y, en muchos casos, ha afectado a los productores y empresarios locales. De hecho, en algunos casos, la ropa china barata que se ha difundido en cada rincón del país parece haber sido el instrumento que ha permitido a los comerciantes populares desplazar a los comerciantes tradicionales de envergadura. Los principales productos en este rubro son ropa y zapatos de importación —sobre todo, chinos y brasileros—, ropa nacional y/o ropa confeccionada en Bolivia con fibra o materiales importados y, finalmente, ropa usada

que, a pesar de su proscripción, sigue siendo un rubro de respeto con dinámicas y lógicas comerciales propias.

5. **Abarrotes y alimentos.** El sector de abarrotes y alimentos nos permite visualizar el tipo de relaciones económicas comerciales y políticas que se están definiendo entre la ciudad y el campo, como también entre zonas rurales de diferentes regiones del país. En particular, nos da una idea de las posibles transformaciones en la articulación de actores económicos rurales con los mercados urbanos. Creemos, además, que el rubro de abarrotes y alimentos nos puede permitir entender mejor la articulación entre producción nacional y mercancías importadas.

6. **Jabones y material de aseo.** Nos interesamos en el rubro de jabones y detergentes porque su distribución se produce fundamentalmente desde las tierras altas hacia las tierras bajas por parte de comerciantes e importadores populares que mantienen vínculos fuertes con Perú y tienen un radio de distribución muy vasto. Simultáneamente, hemos ido observando en este rubro una sofisticación de los productos y mercados que hacía presuponer o la formación de un nuevo tipo de sector social en ascenso o el crecimiento de la clase media urbana.

Mercados

En la Paz y El Alto, nos hemos concentrado en:

a) **Mercado de Villa Dolores.** El mercado de alimentos de Villa Dolores es un centro de acopio de productos agrícolas con proveniencia principalmente del altiplano y de los valles templados, donde cada jueves convergen los productores para revender directamente a los consumidores, los revendedores y/o las "empresas exportadoras". Parte de lo que se acopia en Villa Dolores es redistribuido a los mercados urbanos de La Paz y El Alto y otra parte se va para las ciudades de Yungas, el Norte paceño y amazónico[88]. Vale la pena

88 Hoy en día, Cobija llega a producir apenas el 30% de lo que consume en términos de alimentos. Hasta unos veinte años atrás (antes de la construcción de la carretera), sus alimentos y comidas provenían de Brasil casi en su totalidad.

señalar que el mercado de Villa Dolores se está transformando en una opción alternativa al histórico Mercado Rodríguez de La Paz y refleja el paulatino desplazamiento de las actividades de mayoreo hacia El Alto.

b) **Mercado Asodimin.** El mercado Asodimin es un espacio de reciente construcción en la zona Bolívar D de El Alto. Es un espacio donde se han "relocalizado" los comerciantes mayoristas de abarrotes y de productos de aseo de elevada calidad que antes vendían en La Ceja y la calle Garcilaso de la Vega. La inversión de los mismos comerciantes ha sido enorme, alcanzando varias cientos de miles de dólares entre infraestructuras, adoquines y galerías. Los comerciantes del mercado Asodimin importan principalmente de Iquique y Perú, venden al por mayor y por menor, y redistribuyen a los mercados nacionales y urbanos, especialmente a fronteras y regiones alejadas que están fuera del alcance o interés de la distribución de las grandes empresas.

c) **Feria 16 de Julio.** En la feria 16 de Julio, hemos trabajado principalmente con dos sectores: los revendedores de motorizados y los vendedores de ropa y zapatos. Los revendedores de motorizados de la feria 16 de Julio han crecido exponencialmente en los últimos años bajo el impulso de los modelos Toyota Ypsum y Noah, medios de transporte veloces para pasajeros que conectan ciudades, zonas urbanas y semiurbanas con zonas rurales. La creciente importancia del transporte de carga en El Alto y su rol estratégico en la economía nacional han sido otra ventaja para estos actores, trasformando este sector de la feria en un espacio de reventa a todo el país. Generalmente, se trata de pequeños comerciantes y mayoristas que compran los motorizados de la Zona Franca de Iquique y los revenden en El Alto los jueves y los domingos. Los otros días de la semana viajan a otros mercados, como Caranavi, Palos Blancos y Cochabamba.

Entre los vendedores de zapatos de la feria 16 de Julio, hay importadores medianos que diseñan modelos que se producen en China y los redistribuyen en el país y los comerciantes que compran de Iquique o de los centros de acopio de Oruro para después revender en la feria. Mientras los primeros tienen sus tiendas también en La Ceja y/o Villa Dolores, los segundos viajan los otros días de la

semana para comprar en Oruro y/o vender en las fronteras y zonas del país en crecimiento. Se manejan productos nuevos fabricados en China y productos usados, o "retornos", provenientes de EE.UU.

d) **Mercado de la calle Huyustus.** Entre los importadores de productos electrónicos de la calle Huyustus de La Paz, hay algunos de los viajeros pioneros a China. Éstos tienen un radio de distribución que va desde la frontera con Perú hasta Cobija, Guayaramerín y Puerto Suárez, pero también Yacuiba y las ciudades del eje central. Para aprovechar de las discrepancias de precios en las ciudades de frontera, algunos de estos comerciantes han implantado su propia tienda en ciudades fronterizas, como Desaguadero y Puerto Suárez. Los comerciantes de la calle Huyustus se han especializado en el pequeño y mediano comercio de importación y en la venta/distribución al por mayor de los productos importados. Se trata de un gremio de comerciantes importadores establecidos y reconocidos tanto en los puertos de Chile como entre los fabricantes chinos.

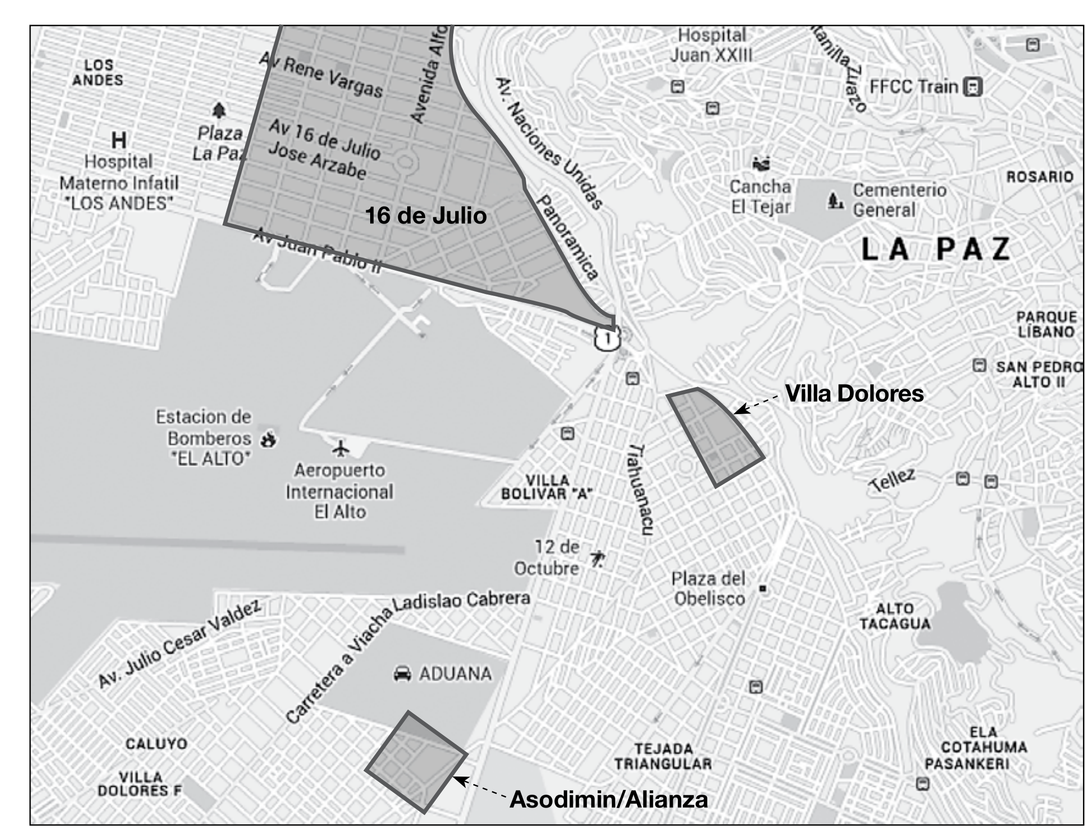
e) **Mercado de la calle Eloy Salmón.** Más especializado en la venta al detalle de productos electrónicos y línea blanca, el mercado de la calle Eloy Salmón es uno de los mercados de artefactos más antiguo de La Paz que presenta una fuerte articulación con los importadores de la calle Huyustus. Generalmente, los importadores de la calle Huyustus tienen su tienda al detalle en la calle Eloy Salmón y/o reparten productos a los comerciantes de esta zona más céntrica de la ciudad. Una serie de grandes empresas y marcas extranjeras han entablado acuerdos comerciales con los comerciantes populares de la calle Eloy Salmón.

Estos lugares y estas áreas, más que objetos de una investigación etnográfica detallada, han sido los espacios físicos que nos han permitido articularnos con actores económicos populares que, muy a menudo, se encuentran vinculados con una multiplicidad de espacios comerciales. También, en la primera fase de nuestra investigación, hemos realizado trabajo de campo en los mercados de Caranavi, Cobija y Guayaramerín, de los que vale la pena resaltar algunas características tratándose en su mayoría de espacios comerciales con fuerte presencia de comerciantes populares aymaras.

Tradicionalmente vinculada a la producción de café, Caranavi se perfila como una ciudad intermedia importante que parece haber vivido recientemente un crecimiento económico sustancial debido a varios factores. Primero, al incremento de la producción de coca y su vínculo con La Asunta y, segundo, a su proximidad a los centros auríferos de Guanay, Tipuani y Mapiri que tienen más de 70 cooperativas mecanizadas para la explotación del mineral. Además, su ubicación estratégica en el camino que conecta La Paz con el Norte amazónico y Brasil ha llevado a un crecimiento de los talleres mecánicos, los servicios de alojamiento y de transporte de carga y pasajeros. El rubro más relevante es la venta de abarrotes, que ha llevado a que se asienten en el pueblo comerciantes importadores del "altiplano" (o colonos exitosos) que compran de las fábricas paceñas —también traen de Brasil— para revender a los colonos y, al por mayor, a los pueblos grandes de sus alrededores. Hay una incursión marcada de ropa y zapatos chinos, que se venden a la población local y Caranavi se ha vuelto un punto estratégico para la venta y reventa de autos usados, primero, por la expansión capilar del transporte en la zona y, segundo, por la expansión de la demanda de autos en las zonas auríferas y en el Norte paceño.

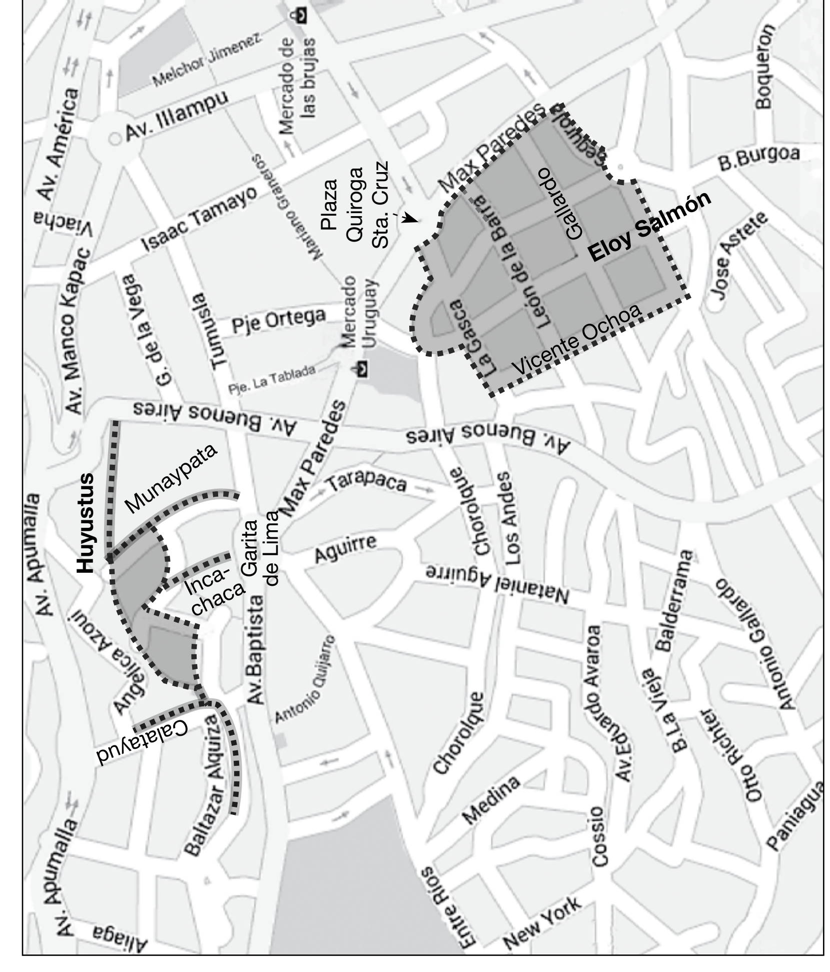
Cobija y Guayaramerín son dos mercados del Norte amazónico que, en las últimas décadas, se han ido articulando más y más con los mercados de La Paz y El Alto. El largo y peligroso camino hacia el Norte amazónico ha hecho que muchas grandes empresas renuncien a distribuir sus productos a estas ciudades. Esto dejaba el control de la ruta y del comercio a intrépidos comerciantes populares *qollas*. El Norte amazónico presenta características particulares debido a su proximidad con la frontera brasilera y, en el caso de Cobija, por constituir una zona franca de 18 kilómetros de radio —la ciudad entera— con un impuesto del 1,5% sobre las importaciones. Brasil es uno de los países con el más alto porcentaje de tasación —casi el 50%— sobre el valor de los productos. Sin embargo, como práctica para promover la exportación, no se aplica este tipo de impuesto a los productos nacionales destinados a países extranjeros. Esto —y también una exención de impuestos para importaciones menores a los 300 dólares renovable cada mes— produce que miles de ciudadanos brasileros se desplacen a las ciudades de frontera bolivianas para comprar sea los mismos productos brasileros, que en su patria resultan ser mucho más caros, sea mercaderías baratas provenientes de China.

Mercados El Alto: 16 de Julio, Asodimin y Villa Dolores



Fuente: Elaboración propia, con base en https://maps.google.com.bo/maps?q=mapa+el+alto+bolivia+16+de+julio&ie=UTF8&hq=&d

Mercados La Paz: Huyustus y Eloy Salmón



Fuente: Elaboración propia, con base en https://maps.google.com.bo/maps?f=q&source=s_q&hl=es&geocode=&q=mapa+la+paz+bolivia

ANEXO 3
Ficha de sistematización sobre prácticas microeconómicas de gestión del negocio

Gestión de producción/compras/almacenes

- Selección de rubro de comercialización (especialización técnica en un rubro, diversificación basada en complementariedades, diversificación por salto de un rubro a otro por ventajas en precios).
- Selección del producto a comerciar (margen mínimo de ganancia, sondeos a la competencia en el mercado interno).
- Control de calidad (conocimiento técnico del producto que se comercia, formas de supervisión de calidad).
- Formas de generar valor agregado (sustitución de componentes selectivos para mejorar la calidad del producto, apariencia de modernidad, entre otras).
- Gestión de transporte y fletes (gestión del embarque, relación con tramitadores de embarque-*forwarders*, trámites de desaduanización).
- Economías de escala (vía aumento del volumen de negocio, relaciones de cooperación gremial).
- Gestión de almacenes (almacenes únicos, dispersos).

Gestión de ventas (mercadotecnia)

- Marca, presentación y gama de productos (marcas de imitación, marcas blancas, marcas propias, envasado y paquetería).
- Definición del precio.

- Lugar de venta y canal de distribución (tiendas en mercados, distribución específica a nichos de mercado, redes de parentesco).
- Promoción (comunicación y publicidad).
- Relación con la competencia.
- Estrategias de reventa de remanentes (mercadería no vendida en el mercado natural).

Gestión financiera/dinero

- Gestión de liquidez (gestión de flujos de caja, manejo de caja chica y cuentas bancarias).
- Modalidad de gestión administrativa y financiera (contratación de administrador, prácticas de autogestión financiera).
- Manejo de transferencias monetarias al extranjero.

Formas de control/Contabilidad

- Contabilidad de compras / almacén (albarán, libro de entradas y salidas).
- Contabilidad de ventas (libro de ventas, arqueo de caja).
- Contabilidad de ingresos / gastos (libros mayores).
- Contabilidad de costos (imputación de costos por producto, estimación del punto de equilibrio, cálculo del margen de ganancia).
- Control social de las redes familiares (contexto donde no hay seguridad jurídica).

Gestión de recursos humanos

- Contratación de personal de confianza (parientes / ahijados) y personal eventual.
- Formas de contratación (contratos escritos, contratos "a voz").

- Beneficios sociales implícitos y graduales (aguinaldos, cobertura de enfermedad) frente a beneficios sociales formales y legales (seguros de corto plazo y aportes AFP).
- Rol de hombres y mujeres.
- Rotación del personal.

Niveles de formalización/tributación

- Prácticas de contrabando al por menor (minoristas de alto tráfico).
- Manejo de NIT y emisión de facturas.
- Semiformalidad táctica instrumental (manejo de facturas con prácticas de subvaluación para evitar controles en tránsito y tensión del contrabando).

Separación del negocio de la economía doméstica

- Contabilidades separadas de gastos domésticos/familiares e ingresos/gastos del negocio.
- Existencia de cuentas bancarias o cajas chicas diferenciadas.

Patrones de inversión en el negocio

- Modalidad de capital en la que se invierte (poco capital físico y humano, y mucho capital circulante y capital social).
    - Capital físico (infraestructura, locales, equipos).
    - Capital humano (formación y destrezas de recursos humanos).
    - Capital circulante (mercaderías).
    - Capital social/ de redes: redes familiares y de compadrazgo, redes con caseros (proveedores y clientes revendedores), redes con funcionarios (aduanas, puertos), construcción de lealtad a través de fiestas y prestes.

- Formas de apalancamiento de recursos (préstamos bancarios, préstamos de familiares / parientes / compadres, microcréditos).

Lógicas de reinversión de ganancias

- Reinversión de ganancias en el negocio propio: capital circulante y / o rotatorio (mercaderías y gastos de viaje / transporte), o en capital físico.
- Rebalse hacia bienes raíces para fines rentistas y / o especulativos (compra de inmuebles, construcción, compra de tierras en el Oriente).
- Rebalse hacia sectores productivos (agricultura, plantas de ensamblaje y / o envasado).
- Formas de reinversión a través de los negocios de los hijos (que han accedido a esquemas de capacitación y ascenso profesional).

Estrategias de negocio:

→ **Estrategia de reducción de costos**

- No hay estrategia de reducción de costos, sino una estructura mínima de costos (muy bajos costos fijos y toda la estructura descansa en costos variables).
- Lógicas de cooperación gremiales para reducir costos de transporte, flete (por ejemplo, nuevas modalidades para compartir espacio en *container*).
- Uso intensivo de nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC).

→ **Estrategia de diversificación del riesgo**

- Prácticas de diversificación versus especialización.
- Diversificación de productos, financiamientos, almacenes, canales de distribución…
- Pluriempleo (incluso en tiempos de bonanza económica): perfiles de transportista-comerciante, profesor-comerciante, o investigador-comerciante.

- Estrategias para levantarse y reponerse frente a operaciones de decomiso de mercadería (contrabando) y pérdidas fortuitas por deslealtades de empleados.

→ **Lógicas de maximización del beneficio**

- Lógica intuitiva de maximizar el beneficio (a través de la selección de productos con mayores márgenes de ganancia) versus lógicas empresariales de maximizar el beneficio integral del negocio (a través de optimizar recursos y el uso del capital circulante, o capital físico: almacén, tienda).
- Límites naturales a la expansión del negocio (energía física para viajar y desplazarse, control familiar del negocio).

→ **Lógicas de acumulación y circulación del capital**

- Lógica espacial / territorial de acumulación de capital: búsqueda de equilibrio entre arraigo y circulación (concepciones de capital "plantado" y capital "rotatorio").
- Lógica gremial de control territorial de los espacios comerciales.
- Desequilibrios o enfermedades cuando hay exceso de arraigo o exceso de circulación: por ejemplo, soplo o *phusaña* (cuando la plata circula demasiado); amartelo o *phustiga* (cuando hay demasiado apego a la mercadería).

→ **Negocios con mirada regional**

- Bolivia como plataforma comercial en la región para varios rubros (ropa usada, ropa nueva, marcas pirata de complementos…).
- Bolivia como centro de redistribución regional de mercaderías para mercados distintos en la región: rubro de ropa usada (clasificación de la ropa en Bolivia en cuatro categorías de calidad para repartirla por la región), zapatillas de deporte (tallas extragrandes que no se venden en Bolivia se desvían a Villazón)…
- Bolivia como plataforma incipiente de ensamblaje en electrónica (dispositivos USB, torres de computadoras estacionales…) y envasado de alimentos (enlatados de alimentos peruanos).

→ **Estrategia de emergencia social ligada a la consolidación del negocio, pero también a la ocupación física de espacios**

- Emergencia social mediante reinversión de ganancias en el país (a diferencia de élites tradicionales).
- Reafirmación de identidad con expresiones y prácticas sociales de ocupar espacios físicos urbanos de acuerdo con sus propios códigos culturales.
- Apuesta por la construcción de una institucionalidad propia para regular el comercio.

Autores

Nico Tassi

Doctor en Antropología por la Universidad de Londres. Ha dedicado gran parte de su trabajo de investigación a los pueblos indígenas de las tierras altas bolivianas y a su relación con la modernidad, la ciudad y el mercado. Es autor de varios libros y artículos sobre temas de religión y economía política, antropología y epistemología, informalidad y comercio popular. Es miembro del Colectivo "Vas a disculpar".

Carmen Medeiros

Doctora en Antropología Cultural de la Universidad de la Ciudad de Nueva York, licenciada en Sociología de la Universidad de Lovaina, Bélgica. Actualmente es directora académica del Programa SIT-La Paz, programa de intercambio para estudiantes universitarios de Estados Unidos. Sus aéreas de especialización son: la antropología crítica del desarrollo, debates sobre raza, etnicidad y clase, y debates de la teoría feminista y post-colonial. Ha trabajado como consultora en centros de investigación y agencias de cooperación y como docente en diferentes universidades en Estados Unidos y en el Ecuador. Actualmente, también da cursos en el CIDES-UMSA en La Paz.

Antonio Rodríguez-Carmona

Doctor en Economía Internacional y Desarrollo por la Universidad Complutense de Madrid e investigador sobre industrias extractivas y derechos humanos en la región andina y monitor externo de programas de cooperación europea en América Latina.

Giovanna Ferrufino

Egresada de la Carrera de Antropología de la Universidad Mayor de San Andrés. Actualmente, se encuentra finalizando su tesis de grado sobre construcción identitaria de los campesinos colonizadores en Bolivia.